

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN MC DONALD'S ARION PADA
MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA
NIAGA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**NOVIA NURBAITY
8135087933**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

***THE CORRELATION BETWEEN QUALITY SERVICE WITH
CUSTOMER SATISFACTION MC'DONALD'S ARION AT
COMMERCE STUDENT STUDY PROGRAM, STATE
UNIVERSITY OF JAKARTA***

**NOVIA NURBAITY
8135087933**



***Thesis Is Organized As One Of The Requirements For Obtaining Bachelor of
Education***

***STUDY PROGRAM COMMERCE EDUCATION
ECONOMICS AND ADMINISTRATION DEPARTMENT
FACULTY ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2012***

ABSTRAK

NOVIA NURBAITY. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan McDonald's ARION pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta. Skripsi. Jakarta. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juni 2012.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan McDonald's ARION pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan terhitung sejak bulan Maret 2012 sampai dengan bulan Juni 2012. Metode penelitian yang dipakai adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta yang pernah berkunjung dan tidak puas dengan McDonald's ARION. Populasi terjangkau adalah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga 2010 sebanyak 45 orang sesuai dengan karakteristik populasi. Dari jumlah populasi terjangkau tersebut di ambil sampel sebanyak 40 orang, dan dilakukan dengan uji persyaratan analisis.

Dari hasil uji perhitungan diperoleh persamaan regresi linier sederhana $\hat{Y} = 44,98 + 6,60X$. Uji persyaratan analisis untuk menguji normalitas galat taksiran regresi Y atas X menunjukkan bahwa galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Hal ini dibuktikan oleh perhitungan yang menunjukkan bahwa $L_{hitung} = (0,0698) = L_{tabel} = (0,1401)$ dengan menggunakan Uji Liliefors pada taraf signifikan $(\alpha) = 0,05$

Dalam uji hipotesis, uji keberartian dan kelinieran regresi menggunakan Tabel Analisis Varians (ANOVA). Dari hasil uji keberartian regresi diperoleh $F_{hitung} = 18,23 > F_{tabel} 4,10$ yang menyatakan regresi berarti. Dari hasil uji linieritas regresi diperoleh $F_{hitung} = 0,64 < F_{tabel} = 2,13$ yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan adalah linier.

Koefisien korelasi yang dihitung dengan menggunakan rumus Product Moment menghasilkan r_{xy} sebesar 0,473 sedangkan dari hasil uji signifikansi diperoleh t_{hitung} sebesar 3,310 dan t_{tabel} sebesar 1,68. Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan McDonald's ARION pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta. Perhitungan koefisien determinasi menunjukkan 22,38% variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X.

Kesimpulan peneliti ini adalah terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan McDonald's ARION pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta. Hal tersebut berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah kualitas pelayanan maka semakin rendah pula kepuasan pelanggannya.

ABSTRACT

NOVIA NURBAITY. Correlation Between Quality Service With Customer Satisfaction Mc Donald's ARION at Commerce Student Study Program, State University of Jakarta. Script. Jakarta: Study Program of Commerce Education, Economic And Administration Department, Economic Faculty, State University of Jakarta, June 2012

The aim of this research is to find the possibility a positive correlation between Quality Service with Customer Satisfaction Mc Donald's ARION at Commerce Student Study Program, State University of Jakarta. The period of this research was four months since March 2012 until June 2012. This research used survey methods by correlation approach. The population of this research were Students at Commerce Study Program, State University of Jakarta who have been visit and satisfied with quality service. While the student population at affordable is Commerce Student Study Program 2010 as many as 45 people in accordance with the characteristics of the population. From those population at affordable is taken 40 people for sample.

Equation of the simple linear regression give the formula of regression $\hat{Y}=44,98+0.60$. Test analysis conditional test proved the validation on variable Y to variable is normal distributed. It is proved the calculation that used Liliefors test at significant level (α)=0,05 that indicates L count (0,0698) < L table (0,1401).

The correlation coefficient is counted by Product Moment formula by Pearson indicates r_{xy} 0,473. While the result or correlation coefficient significant test indicates t count =3,310 and t table =1,88. Because the result shows t count > t table, the research indicates there is a significant correlation between quality service with customer satisfaction Mc Donald's ARION at Commerce Student Study Program, State University of Jakarta. The count of determination coefficient test indicates 22,38% the variance of variable Y is determined by variable X.

The conclusion of research shown that a positive correlation between the quality service with customer satisfaction Mc Donald's ARION at Commerce Student Study Program, State University of Jakarta. It means if quality service level is increasing, with customer satisfaction Mc Donald's ARION at Commerce Student Study Program, State University of Jakarta. Just the opposite, if the quality service decrease, customer service will decrease.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Nurahma Hajat, M.Si

NIP. 19531002 198503 2 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Dientje Griandini</u> NIP. 195507221982102001	Ketua		12/07/2012
2. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Sekretaris		13/07/2012
3. <u>Dra. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Penguji Ahli		12/07/2012
4. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP: 197701112008122003	Pembimbing I		11/07/2012
5. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP: 196610302000121001	Pembimbing II		12/07/12

Tanggal Lulus: 10 Juli 2012

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, Juli 2011
Yang membuat pernyataan



Novia Nurbaity

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim
“Every day is race. The LAST NOT THE LIST”

Setiap hari langkah kehidupan begitu cepat
Bagaikan pembalap yang melaju menjadi yang nomor 1
Tetapi yang terakhir bukanlah yang terburuk

*Hidup tanpa perjuangan bukan keindahan
Melangkah tanpa duri bukan perjalanan
Berharap tanpa usaha, itu kebodohan
Sukses dengan berbuat curang, itu kebohongan
Cinta tanpa ketulusan, itu kehancuran
Dan mendidik tanpa keihklasan, itu perbuatan yang sia-sia*

**Syukur Alhamdulillah Kuucapkan Sepenuh Hati
kupersembahkan kemenangan perjuangan
kesabaran ku ini, kepada mama,papa,kakak,adik-adik
serta Ichwan Septiadi tersayang dan teman-teman
yang memberikan motivasi dan semangat
Dan teruntuk mereka, para pendidik generasi
yang memberi ilmu dengan kesempurnaan pada
pondasi kehidupan dan menjadi penyangga
Bagi kemajuan negeri**

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayahnya serta izin-Nya lah maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dalam persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan, do'a, motivasi dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada :

1..... D

rs. Nurdin Hidayat,MM.,M.Si selaku Dosen pembimbing I yang banyak berperan dalam memberikan bimbingan, saran, dan masukan, dukungan, kesabaran, dan semangat dalam penyusunan penulisan skripsi.

2..... R

yna Parlyna,MBA selaku Dosen Pembimbing II yang meluangkan waktunya untuk membimbing dengan penuh kesabaran, kebaikan, kasih sayang, kelembutan hatinya, dan atas saran dan masukannya yang telah banyak membantu dalam penyusunan dan penulisan skripsi.

3..... D

ra. Nurahma Hajat, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4..... A

ri Saptono, SE, M.Pd selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5..... B

apak dan Ibu Dosen Jurusan Ekonomi dan Administrasi khususnya Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi peneliti.

Secara khusus terima kasih tak terhingga untuk mama, papa, kakak dan adik-adik ku tercinta, Ichwan Septiadi tersayang, juga teman-teman seperjuangan (hani,ria,ayu,dyah,nira,malini,dio,wawo,fajrin) yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukannya. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, peneliti sangat mengharapkan kritik yang membangun, saran, dan masukan dari pembaca sekalian.

Jakarta, Juli 2012

Novia Nurbaity

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.....	L
atar Belakang Masalah	1
B.	I
identifikasi Masalah	10
C.	P
embatasan Masalah	10
D.	P
erumusan Masalah.....	10
E.	K
egunaan Penelitian	11
BAB II PENYUSUNAN KERANGKA TEORETIS DAN PENGAJUAN	
HIPOTESIS	
A.	D
eskripsi Teoretis	12

1.	K
Kepuasan Pelanggan	12
2.	K
Kualitas Pelayanan	19
B.	K
Perangka Berpikir	28
C.	P
Perumusan Hipotesis	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A.	T
Tujuan Penelitian	31
B.	T
Tempat dan Waktu Penelitian	31
1.	T
Tempat Penelitian	31
2.	W
Waktu Penelitian	31
C.	M
Metode Penelitian	32
D.	P
Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	33
E.	I
Instrumen Penelitian	34
1.	K
Kepuasan Pelanggan	34
a.	D
Definisi Konseptual	34
b.	D
Definisi Operasional	34

c.	K
isi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan	34
d.	V
alidasi Instrumen Kepuasan Pelanggan.....	36
2.	K
ualitas Pelayanan.....	39
a.	D
efinisi Konseptual	39
b.	D
efinisi Operasional	39
c.	K
isi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan.....	40
d.	V
alidasi Instrumen Kualitas Pelayanan	42
F.....	K
onstelasi Hubungan Antar Variabel	45
G.	T
eknik Analisis Data	45
1.	P
ersamaan Regresi	45
2.	U
ji Persyaratan Analisis.....	46
a.	U
ji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X.....	46
b.	U
ji Linearitas Regresi	47
3.	U
ji Hipotesis	47
a.	U
ji Keberartian Regresi	47

b.	P
erhitungan Koefisien Korelasi.....	48
c.	U
ji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)	49
d.	P
erhitungan Koefisien Determinasi.....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN

A.	D
eskripsi Data.....	51
a.....	K
epuasan Pelanggan	51
b.	K
ualitas Pelayanan.....	54
B.	A
nalysis Data	56
a.....	P
ersamaan Garis Regresi.....	56
b.	P
engujian Persyaratan Analisis	57
c.....	P
engujian Hipotesis Penelitian.....	58
C.	I
nterpretasi Penelitian.....	60
D.	K
eterbatasan Penelitian.....	61

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A.	K
esimpulan	62

B.	I
mplikasi	62
C.	S
aran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan	35
--	----

Tabel III.2 Skala Penilaian Instrumen Kepuasan Pelanggan	36
Tabel III.3 Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan.....	40
Tabel III.4 Skala Penilaian Instrumen Kualitas Pelayanan.....	42
Tabel III.5 Tabel ANAVA	48
Tabel IV.1 Ditribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan	52
Tabel IV.2 Rata-rata Hitung Skor Indikator Kepuasan Pelanggan.....	53
Tabel IV.3 Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan	54
Tabel IV.4 Rata-rata Hitung Skor Dimensi Kualitas Pelayanan.....	56
Tabel IV.5 Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran $Y - \hat{Y}$	58
Tabel IV.6 Analisis Varians Untuk Pengujian Signifikasi dan Linearitas	
Persamaan Regresi penggunaan kualitas pelayanan dengan	
kepuasan pelanggan ($\hat{Y} = 44,98 + 0,60X$)	59
Tabel IV.7 Pengujian Signifikasi Koefisien Korelasi Sederhana antara	
X dan Y	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Gambar Model Proses Kepuasan Pelanggan.....	16
---	----

Gambar IV.1 Grafik Histogram Kepuasan Pelanggan	53
Gambar IV.2 Grafik Histogram Kualitas Pelayanan	55
Gambar IV.3 Persamaan Garis $\hat{Y} = 44,98 + 0,60X$	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Uji Coba Variabel X.....	65
---	----

Lampiran 2	Instrumen Uji Coba Variabel Y	68
Lampiran 3	Instrumen Final Variabel X	70
Lampiran 4	Instrumen Final Variabel Y	72
Lampiran 5	Skor Uji Coba Instrumen Variabel Y	74
Lampiran 6	Perhitungan Analisis Butir Variabel Y	75
Lampiran 7	Data Perhitungan Kembali Variabel Y	76
Lampiran 8	Skor Perhitungan Kembali Variabel Y	77
Lampiran 9	Data Perhitungan Validitas Kembali Variabel Y	78
Lampiran 10	Perhitungan Varians Butir, Varians Total, dan Uji Reliabilitas Variabel Y	79
Lampiran 11	Skor Uji Coba Instrumen X	80
Lampiran 12	Perhitungan Analisis Butir Variabel X	81
Lampiran 13	Data Perhitungan Validitas Kembali Variabel X	82
Lampiran 14	Skor Perhitungan Kembali Variabel X	83
Lampiran 15	Data Perhitungan Validitas Kembali Variabel X	84
Lampiran 16	Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X	85
Lampiran 17	Data Mentah Variabel X	86
Lampiran 18	Data Mentah Variabel Y	87
Lampiran 19	Hasil Data Mentah Variabel X dan Y	88
Lampiran 20	Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian	89

Lampiran 21	Tabel Perhitungan Rata-Rata, Varians, dan Simpangan Baku	
	Variabel X dan Y	90
Lampiran 22	Perhitungan Rata-Rata, Varians dan Simpangan Baku	91
Lampiran 23	Perhitungan Grafik Histogram Variabel X	92
Lampiran 24	Perhitungan Grafik Histogram Variabel Y	93
Lampiran 25	Grafik Histogram Variabel X dan Y	94
Lampiran 26	Perhitungan Persamaan Regresi $44,98 + 0,60X$	95
Lampiran 27	Grafik Persamaan Regresi $44,98 + 0,60X$	96
Lampiran 28	Tabel Untuk Menghitung $\hat{Y} = a + bX$	97
Lampiran 29	Perhitungan Rata-rata, Varians, dan Simpangan Baku	
	Regresi $\hat{Y} = 44,98 + 0,60X$	98
Lampiran 30	Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians, dan Simpangan Baku	
	Regresi $\hat{Y} = 44,98 + 0,60X$	99
Lampiran 31	Langkah Perhitungan Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi	
	$\hat{Y} = 44,98 + 0,60X$	100
Lampiran 32	Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Y atas X regresi	
	$\hat{Y} = 44,98 + 0,60X$	101
Lampiran 33	Perhitungan JK G	102
Lampiran 34	Perhitungan Uji Keberartian Regresi	103
Lampiran 35	Perhitungan Kelinieran	104
Lampiran 36	Tabel ANAVA untuk uji keberartian dan uji linieran regresi ...	105

Lampiran 37 Perhitungan Koefisien Korelasi <i>Product Moment</i>	106
Lampiran 38 Perhitungan Uji Signifikan Koefisien Korelasi <i>Product Moment</i> (Uji-t)	107
Lampiran 39 Perhitungan Koefisien Determinasi	108
Lampiran 40 Perhitungan Indikator yang Dominan Variabel Y	109
Lampiran 41 Perhitungan Dimensi yang Dominan Variabel X	110
Lampiran 42 Surat Permohonan Izin Penelitian	111
Lampiran 43 Surat Keterangan Fakultas Ekonomi UNJ	112
Lampiran 44 Lembar Survey Awal	113
Lampiran 45 Daftar Nama Responden Uji Coba	114
Lampiran 46 Daftar Nama Sampel	115
Lampiran 47 Tabel Penentu Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%,5%,10%	116
Lampiran 48 Tabel Nilai-nilai r Product Moment dari Pearson	117
Lampiran 49 Tabel Nilai L Kritis L untuk Uji Liliefors	118
Lampiran 50 Tabel Kurva Normal Persentase	119
Lampiran 51 Tabel Nilai-nilai Distribusi t.....	120
Lampiran 52 Tabel Nilai-nilai Distribusi F.....	121

BAB I

PENDAHULUAN

I. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, segala sesuatu harus dapat dilakukan dengan cepat, sehingga semua orang lebih menyukai hal-hal yang bersifat praktis untuk menghemat waktu, dalam rangka pencapaian tingkat efisiensi yang maksimal. Banyak pengusaha yang melihat fenomena ini, terlebih mereka yang berkecimpung dalam bidang makanan siap saji (*fast food*). Sehingga, tidak mengherankan bila pada saat ini banyak restaurant cepat saji yang tersebar di banyak daerah dengan satu atau lebih cabang, misalnya saja : *Mc Donald's*, *Wendy's*, *Kentucky Fried Chicken*, *Hoka - hoka Bento*, *California Fried Chicken* dan sebagainya.

Pada dasarnya setiap usaha yang bersifat komersial bertujuan untuk mencapai *profit* yang maksimal. Dengan maksimalnya laba, kehidupan suatu usaha akan terus berkembang. Demikian halnya, dengan industri restoran cepat saji. Restoran siap saji, seperti halnya dengan industri jasa lainnya, sebagai salah satu komponen penting di dalam jaringan industri besar kepariwisataan memiliki persyaratan khusus untuk mencapai keberhasilan usaha, yaitu kepuasan pelanggan sebagai acuan dasar keberhasilannya. Mereka harus dapat mengenal dan mengerti keinginan pelanggan secara luas, agar dapat terus bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Perkembangan teknologi dan perekonomian menyebabkan konsumen terdorong untuk lebih selektif dalam memilih dan menggunakan produk yang diinginkannya. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memahami bahwa ditengah pilihan yang begitu banyak, konsumen cenderung memilih tawaran yang paling sesuai dengan kebutuhan dan harapannya. Dengan demikian, perusahaan dituntut untuk dapat mengembangkan dan menjalankan salah satu program pemasarannya yang berorientasi pada konsep pemasaran, dimana perhatian utama produsen baik yang menghasilkan barang atau jasa adalah pada pemenuhan kebutuhan konsumen atau pelanggan secara lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan pesaing. Karena itu, tidak mengherankan jika perusahaan yang unggul dewasa ini adalah perusahaan yang dapat mendirikan dan membangun kepuasan pelanggan yang menjadi sasaran mereka.

Menurut catatan dari hasil penemuan *Indonesian Customer Satisfaction Award* (ICSA), tahun 2010 terjadi peningkatan pada indeks kepuasan pelanggan di Indonesia, meningkat mencapai 85,67 persen, dari 85,10 persen pada tahun 2009¹.

Kenaikan tingkat kepuasan pelanggan di Indonesia ini menggambarkan bahwa perusahaan - perusahaan yang terdapat di Indonesia telah menganggap pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan usaha mereka. Dengan demikian, setiap perusahaan akan selalu berusaha untuk memuaskan pelanggannya.

¹ <http://www.google.com/info-dan-profile/indeks-kepuasan-pelanggan-meningkat/>. Diakses pada tanggal 12 Agustus 2011

Begitupun dengan kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa, juga merupakan salah satu hal yang sangat penting karena hal ini berhubungan dengan *survival* perusahaan tersebut didalam industri dimana dia berada.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Pada dasarnya konsumen benar-benar mencari produk atau jasa yang dirasakan bermanfaat, menguntungkan, serta memberikan kepuasan. Dalam hal ini, perusahaan berupaya menawarkan produk atau jasa yang berkualitas mumpuni agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya yang mempunyai usaha yang sama, karena semakin berkualitas produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, sehingga pelanggan akan semakin loyal dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Tetapi, sering kali perusahaan kurang memperhatikan kualitas dari produk atau jasa yang ditawarkannya². Contohnya, restoran siap saji MacDonald's. Restoran ini menawarkan menu sarapan dengan konsep *western*, yakni *sausage McMuffins*, *McEggs*, dan *Hashbrowns*³. Produk yang ditawarkan oleh Mc Donalds's dalam hal ini masih terpaku pada standar Amerika Serikat, dimana Mc Donald's berusaha keras ingin tetap mempertahankan dan menjual menu dengan rasa *American food style*, rasanya masih *international tastes* sedangkan, keinginan masyarakat Indonesia pada umumnya adalah cita rasa *original* atau lekat dengan menu sehari-hari masyarakat lokal Indonesia.

²<http://triatmojo.wordpress.com/2006/09/24/mengukur-kepuasan-pelanggan>. Diakses pada tanggal 13 Agustus 2011

³ <http://McDonald's.com/info-dan-profile>/diakses pada tanggal 14 Agustus 2011

Selain itu, masyarakat Indonesia yang terbiasa dengan beragam pilihan makanan hanya disediakan dengan pilihan yang terbatas⁴.

Hal ini yang akan menjadi kesulitan bagi masyarakat Indonesia untuk bisa dengan mudah mengikuti perubahan rasa makanan yang ditawarkan oleh Mc Donald's yang mengusung makanan barat.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah citra perusahaan. Perusahaan yang memiliki banyak pelanggan dan dapat bertahan hidup adalah perusahaan yang memiliki citra yang baik dimata pelanggannya. Tetapi, sayangnya masih sedikit perusahaan di Indonesia yang sungguh-sungguh berupaya membangun citra yang baik. Menurut data *Frontier and Research* jumlah perusahaan Indonesia yang mempunyai rencana jangka panjang dan komitmen tinggi dalam membangun citranya hanya sekitar 50 buah, salah satunya adalah perusahaan Unilever. Ketidaksungguhan mereka dalam membangun citra terlihat dari tidak adanya tim khusus yang bertugas untuk mengevaluasi citra perusahaan, serta minimnya alokasi dana untuk kegiatan itu. Ditambah lagi, jika pengukuran dilakukan tidak secara sistematis, kesadaran terhadap membangun citra perusahaan sulit ditumbuhkan⁵.

Meningkatnya kebencian sebagian besar masyarakat Indonesia terhadap agresi Amerika Serikat ke Irak dan Afghanistan mengubah cara pandang masyarakat terhadap merek-merek Amerika Serikat yang ada di Indonesia.

⁴<http://duniaedith.blogspot.com/2010/07/analisis-mcdonalds-is-indonesian-lovin-it.html/>. Diakses pada tanggal 16 Agustus 2011

⁵ Henky Njoto Widjaja, Pentingnya Membangun Citra Perusahaan, Menganalisa Persaingan Bisnis Distribusi Juga Perlu Inovasi : 2008. <http://henkynjotowidjaja.com2008/08/01/pentingnya-membangun-citra-perusahaan/>. Diakses pada tanggal 19 Agustus 2011

Mc Donald's sebagai salah satu restoran waralaba Amerika Serikat merupakan salah satu tempat yang paling banyak mendapatkan protes dari masyarakat⁶.

Hal tersebut dapat berdampak buruk bagi citra perusahaan Mc Donald's. Citra perusahaan merupakan aset yang sangat penting bagi perusahaan dalam merekrut pasar dan membawa dampak yang besar bagi perusahaan, baik untuk jangka pendek ataupun jangka panjang.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga memainkan peran yang cukup penting dalam proses jual beli barang atau jasa, terutama mungkin bagi masyarakat Indonesia, yang mana tingkat pendapatannya masih tergolong cukup rendah, yang berarti bahwa tingkat konsumsi masyarakat kita terhadap barang atau jasa (khususnya barang atau jasa yang tergolong cukup mahal seperti mobil), lebih rendah daripada negara dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi, seperti Singapura misalnya⁷.

Selanjutnya, sebuah produk atau jasa jika harga yang ditawarkan terlalu mahal dapat menimbulkan kepuasan pada pelanggan rendah, dan sebaliknya jika terlalu murah perusahaan bisa mengalami kerugian. Inilah yang menjadi tantangan bagi perusahaan agar membuat strategi semaksimal mungkin dalam menentukan harga yang dapat diterima oleh pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan bisa meningkat⁸.

⁶ <http://books.google.co.id/books?citra+mc+donald's+di+indonesia&source> . Diakses pada tanggal 20 Agustus 2011.

⁷ <http://duniaedith.blogspot.com/2010/07/analisis-mcdonalds-is-indonesia-lovin-it.html/>. Diakses pada tanggal 21 Agustus 2011

⁸ <http://siswandoyo-muhammad.blogspot.com/2011/02/asi-eksklusif-dan-kenaikan-harga-susu.html/>. Diakses pada tanggal 23 Agustus 2011.

Mc Donald's misalnya, menerapkan model *tier pricing* dalam penetapan harga produknya. Ini dilakukan guna merespon adanya distribusi kesejahteraan yang tidak merata dan untuk menanggulangi dampak inflasi terhadap harga makanan yang meningkat sejak tahun 2007. Model *tier pricing* adalah suatu model dengan membagi Negara kedalam beberapa bagian, harga disesuaikan dengan level pendapatan, index harga pelanggan dan faktor biaya tetap bagian. Sehingga, produk dijual pada kisaran harga tertentu untuk pelanggan dengan daya beli yang berbeda. Walaupun sudah menerapkan model *tier pricing*, harga produk Mc Donald's masih tergolong mahal, dibandingkan dengan restoran lokal lainnya, seperti *Kentucky Fried Chicken* (KFC). Oleh karena itu, Mdonald's harus menyiasati masalah harga tersebut agar dapat memberikan harga yang diterima kepada konsumen⁹.

Faktor keempat yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah lokasi atau tempat yang terjangkau oleh pelanggan. Tempat merupakan salah satu faktor dalam kepuasan pelanggan. Tempat yang strategis dan mudah dijangkau merupakan kepuasan tersendiri bagi pelanggan karena konsumen tidak banyak membuang waktu mereka untuk menuju ke tempat yang mereka inginkan¹⁰.

Dalam hal ini, Mc Donald's misalnya, pada tahun 2007, jumlah outlet mereka di Indonesia mencapai 112 buah. Jumlah ini hanya setengah dari

⁹<http://duniaedith.blogspot.com/2010/07/analisis-mcdonalds-is-indonesia-lovin-it.html/>. Diakses pada tanggal 21 Agustus 2011

¹⁰<http://bengkeldata.wordpress.com/2011/05/07/pengaruh-kepuasan-pelanggan-terhadap-loyalitas-pelanggan>. Diakses pada tanggal 24 Agustus 2011

jumlah outlet KFC yang berjumlah 400 buah¹¹. Hal ini mengindikasikan bahwa KFC tentunya lebih mudah ditemui oleh konsumen, dibandingkan Mc Donald's, sehingga akan memudahkan konsumen untuk membeli produk KFC¹².

Oleh karena itu, Mc Donald's harus berupaya terus untuk menambah jumlah *outlet* nya agar mampu bersaing dengan pesaingnya, seperti KFC, apabila tidak, maka kemungkinan konsumen akan beralih ke pilihan restoran yang lain yang lokasinya lebih strategis.

Faktor kelima yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah komunikasi yang baik antara pelanggan dengan wiraniaga (karyawan). Dalam dunia bisnis misalnya, komunikasi menjadi salah satu alat yang penting dalam menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Kemampuan komunikasi antar pribadi yang efektif sangat diperlukan, jika kita ingin berhasil berhubungan dengan orang lain, khususnya dengan konsumen. Dengan kata lain, komunikasi sangat diperlukan dalam kegiatan sehari-hari, baik dalam dunia bisnis, maupun yang lainnya¹³.

Karyawan Mc Donald's misalnya, cara mereka berkomunikasi *non verbal* ketika melayani konsumen dengan tidak memberikan senyum, dan ketika berbicara terlalu cepat, tentunya memberikan dampak yang negatif terhadap kepuasan pelanggan. Terlebih dengan sikap orang Indonesia yang

¹¹<http://economy.okezone.com/read/2011/02/11/320/423951/320/mcdonald-s-indonesia-targetkan-laba-tumbuh-15/>. Diakses pada tanggal 26 Agustus 2011

¹² <http://www.majalahfranchise.com/?link=berita&id=615/>. Diakses pada tanggal 27 Agustus 2011

¹³<http://triatmojo.wordpress.com/2006/09/24/mengukur-kepuasan-pelanggan/>. Diakses pada tanggal 28 Agustus 2011

berubah dalam menentukan pilihan¹⁴. Dengan kata lain, komunikasi yang dilakukan wiraniaga harus lebih diperbaiki untuk meminimalisir kesalahan pemesanan dan inti semuanya adalah agar tercapai kepuasan pada pelanggan.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Dalam hal ini kualitas pelayanan memberikan dampak yang besar dalam membangun kepuasan pelanggan. Namun, yang banyak terjadi di perusahaan, mereka kurang begitu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga sering kali pelanggan merasa tidak puas¹⁵. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas mumpuni kepada konsumen, maupun calon konsumen mereka.

Bagi Mc Donald's di Indonesia, standar pelayanan adalah merupakan hal yang wajib ditaati seluruh *franchisee*, sehingga seluruh pelayanan yang dilakukan oleh Mc Donald's seragam di seluruh dunia. Mc Donald's menyediakan pelayanan diantaranya adalah mengembangkan *business hours*nya menjadi 24 jam setiap harinya, membangun restoran *drive through* di 30.000 *petrol station*, menyediakan layanan antar kerumah (*delivery service*). Pelayanan-pelayanan tersebut secara standar juga sudah dimiliki oleh pesaing-pesaing besar mereka yang lain, sehingga tidak ada keistimewaan khusus atas pelayanan yang diberikan¹⁶. Untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen, Mc Donald's harus menciptakan suatu pelayanan yang

¹⁴<http://digilib.petra.ac.id/viewer.php>. Diakses pada tanggal 30 Agustus 2011

¹⁵<http://id.shvoong.com/social-sciences/1722912-ketidakpuasan-pelanggan/>. Diakses pada tanggal 2 September 2011

¹⁶<http://duniaedith.blogspot.com/2010/07/analisis-mcdonalds-is-indonesia-lovin-it.html/>. Diakses pada tanggal 3 September 2011

mengesankan dan unik yang belum atau tidak dimiliki oleh pesaing mereka, sehingga masuk kedalam benak konsumen (*service experience*). Mc Donald's harus melihat bahwa masyarakat Indonesia sudah menuntut standar yang tinggi, sehingga pelayanan yang diberikan tidak hanya sekedar yang ada dan sudah pula diterapkan oleh para pesaing mereka.

Hal-hal tersebut harus diperhatikan dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Karena kepuasan pelanggan berpusat pada kualitas pelayanan yang diberikan dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dikatakan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas tersebut dikatakan buruk.

Jadi, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas produk, citra perusahaan, harga, lokasi strategis, komunikasi dan kualitas pelayanan.

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Mc Donald's ARION pada mahasiswa program studi Tata Niaga, Universitas Negeri Jakarta.

II. Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah tersebut diatas, maka dikemukakan identifikasi masalah yang dapat mempengaruhi rendahnya kepuasan pelanggan, yaitu adalah hal sebagai berikut :

1. Kualitas jasa yang rendah
2. Citra perusahaan yang kurang baik
3. Harga yang diberikan masih terlalu tinggi
4. Tempat atau lokasi kurang strategis
5. Komunikasi dengan pelanggan yang kurang baik
6. Rendahnya Kualitas pelayanan

III. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti membatasi masalah penelitian pada: “Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan”.

IV. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan?”.

V. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang peneliti harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Peneliti berharap dapat menjadi sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan, serta pengalaman tentang dunia bisnis, khususnya di bidang pemasaran. Juga, sebagai bahan yang berguna saat peneliti terjun langsung ke dunia kerja yang sesungguhnya tentang berbagai hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Fakultas Ekonomi

Sebagai bahan referensi serta pengetahuan tambahan dalam meningkatkan kualitas proses belajar mengajar tentang bisnis dan pemasaran bagi kalangan civitas akademika, khususnya Program Studi Pendidikan Ekonomi konsentrasi Pendidikan Tata Niaga.

3. Pembaca

Menjadi tambahan referensi bacaan bagi penelitian selajutnya sehingga menambah wawasan berpikir yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

BAB II

PENYUSUNAN KERANGKA TEORETIS

DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Deskripsi Teoretis

1. Kepuasan Pelanggan

Perusahaan yang bergerak dalam bidang barang, ataupun jasa, kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama yang harus dicapai. Kepuasan berasal dari kata puas yang berarti merasa senang, lega, dan gembira¹⁷. Sedangkan, kepuasan sendiri berarti keadaan praktis yang menyenangkan yang dirasakan oleh seseorang disuatu lingkungan karena terpenuhinya semua kebutuhan secara memadai. Jadi, kepuasan wujud dari perasaan senang dikarenakan kebutuhan seseorang telah terpenuhi sesuai dengan harapannya.

Secara umum, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai tingkat perasaan konsumen, setelah membandingkan dengan harapannya. Seorang konsumen merasa puas terhadap nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, kemungkinan besar akan menjadi pelanggan dalam waktu yang cukup lama.

Kepuasan pelanggan menurut Lovelock Wright adalah “Keadaan emosional, reaksi paska-pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan”¹⁸.

¹⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Managemen Pemasaran Jilid 2*, (Jakarta: Indeks, 2007), hal.42

¹⁸ *ibid.*,

Menurut Kotler, kepuasan adalah “Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan”¹⁹. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan puas.

Sedangkan, menurut Mowen “Kepuasan pelanggan adalah seluruh sikap yang ditunjukkan oleh konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya”²⁰.

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan sikap atau perasaan yang ditujukan kepada konsumen terhadap barang atau jasa yang telah dikonsumsi dibandingkan dengan harapan konsumen atau pelanggan.

Menurut M.N. Nasution “Kepuasan yang diterima oleh pelanggan dapat diamati dan diukur dengan 5 hal pokok, yaitu keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati, dan berwujud”²¹. Keandalan, yaitu berhubungan dengan ketepatan dan bentuk pelayanan diri suatu perusahaan; Koresponsifan, yaitu berhubungan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang cepat tanggap dalam menangani pelanggan, maupun keluhan yang disampaikan oleh pelanggan; Keyakinan berhubungan pengetahuan dan kecakapan dalam berkomunikasi yang efektif dengan pelanggan; Empati menyangkut

¹⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium I*, (Jakarta: Indeks, 2004), hal.42

²⁰ Zulyanto, *Kajian Kritis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan*, *Jurnal Aplikasi Manajemen Vol.4 No.3* Desember 2006, hal.499

²¹ M.N.Nasution. *Manajemen Jasa Terpadu*. (Bogor:Ghalia Indonesia,2004), hal.135

kejelasan dan kemudahan mencapai target tertentu; Dan berwujud, berhubungan dengan kebersihan dan kerapian penampilan karyawan.

Adapun manfaat kepuasan pelanggan menurut Fandy Tjiptono adalah:

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya akan menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik, bagi penggunaan dan hubungan pemakaian ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan atau konsumen.
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan.
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat²².

Day dalam Tse dan Wilson menyatakan:

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah memakainya²³.

Adapun Engel, *et al.* mengungkapkan, bahwa:

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan²⁴.

Berdasarkan uraian tersebut, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan). Kepuasan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya, bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa) atau suatu hasil yang didapat dari terpenuhinya pengharapan pelanggan atas produk atau jasa yang telah dinikmatinya.

²² Fandi Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Managemen Edisi Revisi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), hal.102

²³ M.Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hal.104

²⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: C.V. Andi, 2007), hal.24

Sedangkan, kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini, yang ditandai dengan revolusi teknologi komunikasi mengakibatkan terjadinya perubahan yang luar biasa diberbagai bidang. Seperti, kemudahan komunikasi untuk memperoleh informasi dan munculnya kompetisi yang semakin ketat, sehingga mengakibatkan pelanggan memiliki banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan. Hal ini mengakibatkan terjadinya pergeseran pada tingkah laku pemasar yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan. Perubahan ini mendorong munculnya pemikiran baru, pasar baru, serta kompetisi yang sangat ketat. Kebutuhan dan keinginan pelanggan semakin meningkat dan beraneka ragam, sehingga produsen sangat sulit memuaskan kebutuhan pelanggannya.

Oleh karena itu, mengukur kepuasan pelanggan sangatlah perlu demi kelangsungan perusahaan. Persoalan kualitas pelanggan dan kepuasan pelanggan jasa adalah relatif lebih sulit dibandingkan dengan pengukuran pada produk fisik.

Para ahli pemasaran mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagaimana dikutip oleh Fandy Tjiptono sebagai berikut:

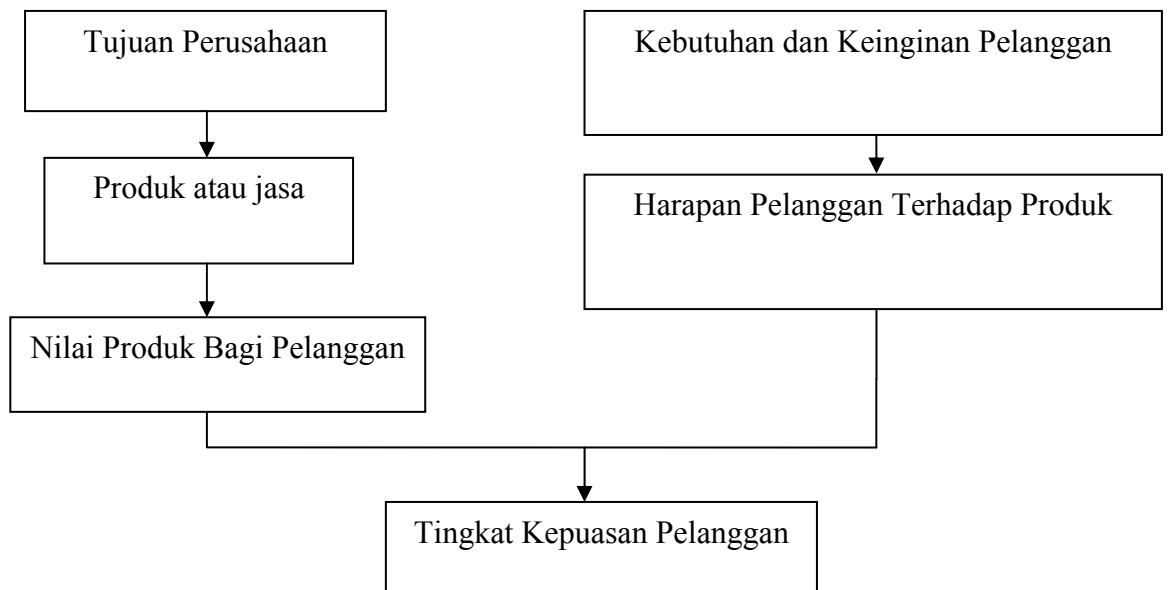
- a. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) antara harapan yang dirasakan sebelumnya (norma kerja lainnya) dan kinerja *actual* produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.
- b. Mendefinisikan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

- c. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.
- d. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya²⁵.

Dari berbagai definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Konsep kepuasan pelanggan ini dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 2.1

Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber : Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran. 2007. h.25

²⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: C.V.Andi, 2007), hal.24

Umumnya, faktor-faktor yang menentukan harapan pelanggan, meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, rekomendasi dari mulut ke mulut dan iklan.

Kepuasan pelanggan memegang peranan sangat penting dalam keberhasilan suatu perusahaan, perusahaan yang tidak dapat memuaskan konsumennya secara maksimal akan gagal dalam operasinya. Untuk itu setiap perusahaan harus dapat terus menjaga kualitas produk dan jasanya agar dapat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen terhadap produk atau jasa tersebut. Dengan demikian resiko perusahaan ditinggalkan pelanggannya akan semakin mengecil.

Menurut Kotler, *et al.* metode-metode yang dapat digunakan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenal kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan / pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian, mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani

permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap keluhan. Ada baiknya para manajer perusahaan terjun langsung menjadi *ghost shopper* untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh mengetahui kalau atasannya sedang melakukan penelitian atau penilaian, misalnya dengan cara menelpon perusahaan sendiri dan mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan. Bila mereka tahu sedang dinilai tentu saja perilaku mereka akan menjadi sangat manis dan hasil penilaian akan menjadi bias.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi, dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

d. *Survei Kepuasan Pelanggan*

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan cara survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya²⁶.

Dari berbagai penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang dirasakan oleh pelanggan dengan membandingkan dan menilai hasil dari pengalamannya menggunakan produk atau jasa, apakah kesesuaian sudah tercapai dengan harapannya.

Kepuasan pelanggan dapat diukur oleh indikator-indikator, keandalan dengan sub indikator ketepatan waktu pelayanan; koresponsifan dengan sub indikator ketanggapan; keyakinan dengan sub indikator pengetahuan karyawan dan keahlian karyawan dalam memberikan pelayanan; empati dengan sub indikator kemudahan mencapai target; berwujud dengan sub indikator kerapian seragam karyawan dan kebersihan seragam karyawan .

²⁶ Fandy Tjiptono, *Loc.cit.*, hal.35

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan dan profitabilitas. Tingkat kualitas yang lebih tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Oleh sebab itu, para pemasar saat ini memandang tugas peningkatan kualitas produk dan jasa sebagai prioritas utama dalam memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak, sehingga kekuatan tawar menawar konsumen semakin besar. Dewasa ini hak-hak konsumen mulai mendapatkan perhatian besar, terutama aspek keamanan dalam pemakaian barang/jasa tertentu.

Crosby seperti yang dikutip oleh M. Nur Nasution mendefinisikan “*Quality is conformance to requirement* (Kualitas adalah sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan)”²⁷. Serupa dengan pernyataan tersebut, Deming menyatakan bahwa “Kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar”²⁸.

Kualitas menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry “*Quality is zero defects – doing it right the first time* (Kualitas adalah kesalahan nol, dilakukannya dengan benar sejak awal)”²⁹. Selanjutnya, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mendefinisikan pula “*quality is exceeding what*

²⁷ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hal. 41

²⁸ Teguh Sudarto, “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Jasa”, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 5 No. 3 Desember 2007

²⁹ M. Nur Nasution, *loc. cit.*,

consumer expect from the service (Kualitas melebihi apa yang konsumen harapkan dari layanan atau jasa)”³⁰.

Hal tersebut serupa dengan pendapat Garvin dan Davis yang dikutip oleh M. Nur Nasution mengatakan bahwa “Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan”³¹.

Dari beberapa definisi diatas, dapat dilihat bahwa suatu produk atau jasa memiliki kualitas, apabila telah sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan dari awal proses, yang meliputi bahan baku, proses produksi, dan produk jadi, serta mencakup usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah, seperti apa yang dianggap saat ini berkualitas, pada masa mendatang belum tentu masih dianggap berkualitas.

Kotler seperti yang dikutip oleh Bilson Simamora juga mengatakan bahwa “*Quality is the totality of feature and characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy or implied needs* (Kualitas adalah keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik yang memungkinkan produk atau jasa memuaskan kebutuhan yang dinyatakan, maupun tidak dinyatakan)”³².

Hampir serupa Juran menyatakan “*Quality is fitness to use, the extend to which the product successfully serves the purpose the use during usage*

³⁰ Wenny Herawati dan Rizal Edy Halim, “Analisis Hubungan antara *Service Quality*, *Customer Satsfaction*, dan *Switching Cost* terhadap *Customer Loyalty*”, *Joenal Manajemen Usahawan Indonesia*, Vol.2 No.3 Maret 2008, h. 43

³¹ M.Nur Nasution, *Loc.cit.*, h.41

³² Zulyanto, “*Kajian Kritis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan*”, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol.4 No.3 Desember 2006

(Kualitas adalah kesesuaian yang digunakan untuk menyampaikan sejauh mana produk berhasil melayani tujuan pengguna selama pemakaian)”³³.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan tidak berbeda jauh dengan uraian sebelumnya, kualitas adalah suatu standar yang digunakan dalam proses penyampaian produk atau jasa kepada konsumen dalam pemenuhan kebutuhan bahkan melebihi harapan konsumen.

Definisi awal jasa atau pelayanan dikemukakan oleh Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner, mereka melihat pelayanan sebagai salah satu konsep yang cukup sederhana, yaitu “*Services are deeds, processes, and performances* (Pelayanan adalah perbuatan, proses, dan kinerja.)”³⁴.

Hampir serupa Edvardsson *et al.*, menyatakan, “Jasa merupakan kegiatan, perbuatan, atau kinerja yang bersifat tidak tampak”³⁵. Hakserver, *et al* mendefinisikan jasa atau pelayanan (*service*) sebagai, “Kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kegunaan psikologis”³⁶.

Mengungkapkan lebih jauh, Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner seperti yang diikuti oleh Buchari Alma juga mendefinisikan pelayanan (jasa) sebagai “*Include all economic activities whose output is not a physical product or construction, is generally consumed at the time it is produced and provides added value in from such as convenience, amusement, timelines, comfort, or health* (Jasa adalah mencakup semua

³³ Ibid.,

³⁴ James A. Fitzsimmons dan Mona A. Fitzsimmons, *Service Management* (New York : The McGraw Hill, 2006), hal.4

³⁵ D. Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2009), hal.11

³⁶ Ibid.

kegiatan ekonomi yang hasilnya bukan merupakan produk fisik atau konstruksi, umumnya dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah seperti kenikmatan, hiburan, kenyamanan, atau kesehatan)³⁷.

Dari beberapa definisi tersebut dapat dilihat bahwa pelayanan merupakan kegiatan atau proses penyampaian jasa dan interaksi antara penyedia dan penerima jasa dengan hasil pelayanan yang tidak tampak. Konsumen menyediakan input yang signifikan ke dalam proses produksi jasa karena jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan distribusi yang bersifat langsung dari produsen ke konsumen. Konsumen akan mendapatkan keuntungan dari jasa yang dikonsumsi dengan ditentukan berdasarkan kinerja pelayanan (jasa) yang mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan para pelanggan.

Lamb et al. mendefinisikan pelayanan sebagai “Hasil dari usaha penggunaan manusia dan mesin terhadap sejumlah orang atau objek”³⁸. Seperti yang juga dijelaskan oleh Sianipar J. P. G bahwa “Jasa adalah suatu cara melayani, membantu, menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan, kebutuhan seseorang, atau sekelompok orang”³⁹.

Berdasarkan definisi tersebut mengandung makna bahwa konsumen mengharapkan dapat menerima hasil terbaik dari pelayanan suatu perusahaan. Pelayanan yang baik dipengaruhi oleh faktor manusia yang

³⁷ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung : Alfabeta, 2000), hal.204

³⁸ Zulkarnain Adi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.Istana Deli Kencana Medan”, *Dinamika*, Vol.3 No.3 Desember 2006, hal.614-630

³⁹ *Ibid.*, hal.616

memberikan pelayanan tersebut. Manusia yang melayani harus memiliki kemampuan melayani konsumen secara cepat dan tepat.

Dalam praktiknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik.

Menurut Kasmir, terdapat beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani konsumen dan pelanggan:

1. Tersedianya karyawan yang baik
2. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
3. Bertanggung jawab kepada setiap konsumen sejak awal hingga selesai
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat
5. Mampu berkomunikasi
6. Memiliki kemampuan pengetahuan dan kemampuan yang baik
7. Berusaha memahami kebutuhan konsumen
8. Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen⁴⁰.

Jadi, dapat disimpulkan pelayanan yang baik yang diberikan suatu perusahaan adalah kemampuan suatu perusahaan memberikan sumber daya manusia yang unggul. Sumber daya manusia yang unggul juga disertakan dengan tersedianya sarana dan prasarana untuk mencapai kecepatan dan ketepatan pelayanan. Karyawan yang mempunyai pengetahuan yang baik dapat mengetahui kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan percaya dan tidak merasa kecewa.

Menurut *American Society For Quality Control* dalam Lupiyodi, kualitas pelayanan adalah: “Keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-

⁴⁰ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal.23

karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten⁴¹. Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan menurut Rust dkk yang ditulis Fandy berupa tiga macam yaitu :

- *Will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh konsumen sewaktu menilai kualitas tertentu.
- *Should Expectation*, yakni tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatutnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya terjadi jauh lebih tinggi dari apa yang diperkirakan akan terjadi.
- *Ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen⁴².

Pandangan lain mengenai kualitas jasa diungkapkan oleh Christopher Lovelock dan Lauren Wright yakni “Kualitas jasa adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa sebuah perusahaan⁴³”.

Berdasarkan uraian definisi diatas, maka pelanggan akan membandingkan antara harapan dan kinerja nyata yang mereka terima dalam proses pemberian jasa, yang pada akhirnya akan membentuk penilaian mengenai kepuasan pelanggan.

Pemahaman terhadap kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Pernyataan ini dipertegas oleh

⁴¹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Salemba Empat, 2006, hal.144

⁴² Fandi Tjiptono, Yanto Chandra, Anastasia Diana, *Marketing Scales*, Andi, Yogyakarta, 2004, hal.255

⁴³ Christopher Lovelock dan Lauren Wright, *Prinsip Pemasaran Layanan dan Manajemen* (2005), hal.96

Wyckof yang menyatakan bahwa “Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen”⁴⁴.

Menurut F. Haryakusuma, untuk mencapai pelayanan yang berkualitas dapat melalui siklus pelayanan yang dibagi menjadi beberapa tingkat, yaitu :

1. Daya Tarik (*Atraksi*), ialah pelayanan yang bertujuan untuk menarik hati pembeli supaya masuk toko dan selama berbelanja.
2. Pelayanan (*service*), ialah yang langsung diterima pelanggan pada waktu masuk toko dan selama berbelanja.
3. Kesenangan (*comfort*), ialah kenyamanan selama berbelanja seperti suasana belanja yang menyenangkan.
4. Pelayanan pembelian (*buying service*) bertujuan untuk memperlancar proses jual beli, seperti penggunaan pramuniaga yang terdidik.
5. Nilai-nilai atau tambahan pelayanan (*goodwill atau courtesy service*) bertujuan supaya pembeli menjadi pelanggan tetap⁴⁵.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry menemukan lima dimensi pokok kualitas pelayanan, meliputi :

- a. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik.
- b. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- c. *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

Dimensi kepastian atau jaminan ini merupakan gabungan dari dimensi:

⁴⁴ Zulyanto, *Kajian Kritis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Aplikasi Manajemen Vol.4 No.3 Desember 2006, hal.498

⁴⁵ *Ibid.*,

- Kompetensi (*competence*), artinya keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pelayanan.
 - Kesopanan (*courtesy*), yang meliputi keramahan, perhatian, dan sikap para karyawan.
 - Kredibilitas (*credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.
- d. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dimensi *emphaty* ini merupakan penggabungan dari dimensi :
- Akses (*access*), meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
 - Komunikasi (*communication*), merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.
 - Pemahaman pada pelanggan (*understanding the customer*), meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- e. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak terkenal. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya⁴⁶.

Dari definisi diatas, kualitas pelayanan yang diberikan tidak hanya melayani pada saat terjadinya transaksi pembelian melainkan lebih luas lagi. Adapun kualitas pelayanan yang diberikan antara lain:

- Pemberian harga secara wajar.
- Pelayanan dengan tingkah laku yang sopan dan bahasa yang baik.
- Memberikan suasana yang nyaman.
- Berlaku sabar dalam memberikan keterangan.
- Memberikan keuntungan yang lain.
- Memberikan pengaduan dari konsumen.

Dalam konteks kualitas jasa dan kepuasan, menurut Olson dan Dover dalam Zeithaml *et al*, yang dikutip oleh Tjiptono, “Harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu

⁴⁶ Rambat Lupiyoadi, op cit., hal.148

produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut⁴⁷. Meskipun demikian dalam beberapa hal belum tercapai kesepakatan, misalnya mengenai sifat standar harapan, jumlah standar yang digunakan, maupun sumber harapan.

Philip Kotler mengatakan bahwa:

Terdapat hubungan yang erat antara kualitas produk dan pelayanan, kepuasan pelanggan, profitabilitas. Semakin tinggi tingkat kualitas menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta (sering kali) biaya yang lebih rendah⁴⁸.

Pendapat tersebut didukung pula oleh Tjiptono yang menyatakan bahwa “Mutu (kualitas) pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan”⁴⁹.

Zulyanto dalam penelitiannya menemukan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan⁵⁰.

Dengan demikian, dari berbagai penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu proses dalam diri individu dalam memilih dan memberikan penilaian terhadap kualitas suatu jasa, apakah jasa tersebut memuaskan atau tidak yang didasarkan pada pengalaman dan pengetahuannya.

⁴⁷ Zulyanto, *Loc cit.*, hal.498

⁴⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, Edisi Milenium, 2004), hal.64

⁴⁹ Wayan Arya Pramarta, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan”, FORUM MANAJEMEN, vol.6 No.2 2008, hal.64

⁵⁰ Didi Zulyanto, “Kajian Kritis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM kota Pontianak”, Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol. 4 No. 3, Desember 2006, hal.498

Kualitas pelayanan dapat diukur dari dimensi Reliability memiliki indikator terpercaya (pelayanan yang sama untuk semua pelanggan dan simpatik); Dimensi Daya Tanggap memiliki indikator pelayanan yang tepat (penyampaian informasi yang jelas); Dimensi Jaminan memiliki indikator kompetensi (keterampilan karyawan), indikator kesopanan (keramahan karyawan dan perhatian karyawan); Dimensi *Empaty* memiliki indikator akses (kemudahan memanfaatkan jasa), indikator komunikasi (memperoleh masukan dari pelanggan) dan indikator pemahaman pelanggan (mengetahui kebutuhan pelanggan); Dimensi Bukti fisik yang indikatornya fasilitas fisik (warna dan bentuk gedung menarik, kebersihan ruangan, kerapian ruangan, kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, tersedianya tempat parkir).

B. Kerangka Berpikir

Setiap perusahaan mempunyai tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan, tidak terkecuali dalam sektor jasa. Kinerja perusahaan dapat terlihat dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Apabila pelanggan puas, maka akan berdampak pada perkembangan yang semakin baik karena perusahaan dapat terus menjalankan usahanya.

Perusahaan yang dapat menumbuhkan rasa kepuasan pelanggannya, maka perusahaan tersebut akan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dibidang usaha yang sama. Setiap perusahaan akan membuat strategi agar dapat mewujudkan kepuasan pelanggan.

Menarik pelanggan adalah hal sulit apalagi mempertahankan pelanggan merupakan hal yang lebih sulit bagi perusahaan. Untuk mengatasi hal tersebut perusahaan harus memiliki suatu strategi, dengan membuat seperangkat pelayanan yang berkualitas, agar pelanggan menjadi lebih loyal terhadap perusahaan. Bila perusahaan mampu menyediakan pelayanan yang berkualitas, maka kepuasan pelanggan akan tercipta, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan mengakibatkan pelanggan akan menjadi lebih loyal pada produk atau jasa perusahaan.

Pelayanan yang berkualitas akan menjadi promosi sendiri bagi perusahaan, karena pelanggan yang merasa puas akan memberitahukan kepada teman, rekan, atau orang lain, sehingga orang lain akan menggunakan produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang puas akan memberikan dua keuntungan bagi perusahaan, yaitu sebagai pelanggan yang loyal dan dapat membawa atau menarik pelanggan yang baru.

Dengan demikian dapat diduga semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya, apabila semakin buruk kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan menurun dan akan berdampak bagi perusahaan serta pelanggan tersebut akan berpaling ke perusahaan lain.

C. Perumusan Hipotesis

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, maka hipotesis dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: “Terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan”, sehingga semakin positif kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi dan sebaliknya semakin negatif kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan maka kepuasan pelanggan akan semakin menurun.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat dan dapat dipercaya tentang hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Mc Donald's ARION pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta, berdasarkan data atau fakta yang tepat dan dapat dipercaya.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

- **Tempat Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta. Peneliti mengadakan penelitian pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Universitas Negeri Jakarta dikarenakan faktor keterjangkauan, keterbatasan waktu, dan peneliti menjalankan kuliah pada Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Universitas Negeri Jakarta.

- **Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama empat bulan, yaitu dari bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2012. Alasan dilaksanakannya penelitian pada

waktu tersebut karena peneliti sudah tidak disibukkan dengan kegiatan perkuliahan, sehingga peneliti dapat melakukan kegiatan penelitian tersebut.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan “cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”⁵¹. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pendekatan korelasional.

Kerlinger mengemukakan bahwa :

Metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel⁵².

Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (kualitas pelayanan) dengan variabel terikat (kepuasan pelanggan).

Sedangkan, pendekatan korelasional adalah “penelitian yang dimaksudkan untuk menemukan ada tidaknya hubungan, apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan itu”⁵³.

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

⁵¹ Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. (Bandung: Alfabeta. 2002). hal.1

⁵² Ibid, hal. 3

⁵³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta : Rineka Cipta, 2002), hal. 239

kesimpulannya⁵⁴. Sedangkan sampel adalah “Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁵⁵.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Universitas Negeri Jakarta yang pernah berkunjung ke Mc Donald’s ARION. Populasi terjangkaunya adalah mahasiswa Pendidikan Tata Niaga 2010 karena berdasarkan survei awal mahasiswa Pendidikan Tata Niaga angkatan 2010 yang paling banyak menjadi pelanggan Mc Donald’s ARION dan mereka puas dengan kualitas pelayanan di restoran siap saji ini, yaitu sebanyak 45 orang, sesuai dengan karakteristik populasi. Kemudian berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel dari Issac and Michael⁵⁶, diambil sampel sebanyak 40 orang dengan sampling error 5%.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik acak sederhana (*Simple Random Sampling Technique*). Teknik ini dipilih dengan pertimbangan bahwa seluruh populasi terjangkau memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk dipilih dan dijadikan sampel.

E. Instrumen Penelitian

Penelitian ini meneliti dua variabel kualitas pelayanan (variabel X) dan kepuasan pelanggan (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur kedua variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

⁵⁴ Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. (Bandung: Alfabeta. 2002). hal. 57

⁵⁵ Ibid.,

⁵⁶ Ibid.,

1. Kepuasan Pelanggan

a. Definisi Konseptual

Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan pelanggan dengan membandingkan dan menilai hasil dari pengalamannya menggunakan produk atau jasa, apakah sudah sesuai dengan yang diharapkan.

b. Definisi Operasional

Kepuasan pelanggan dapat diukur oleh indikator-indikator, keandalan dengan sub indikator ketepatan waktu pelayanan; koresponsifan dengan sub indikator ketanggapan; keyakinan dengan sub indikator pengetahuan karyawan dan keahlian karyawan dalam memberikan pelayanan; empati dengan sub indikator kemudahan mencapai target; berwujud dengan sub indikator kerapian seragam karyawan dan kebersihan seragam karyawan.

Penyusunan butir instrument diukur dengan menggunakan kuesioner yang disebar ke responden berdasarkan pengukuran model skala likert.

c. Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrument yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi

instrument final yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan. Dan kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji coba dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrument dapat dilihat pada table III.1

Tabel III.1

Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan

No.	Indikator	Sub Indikator	Uji Coba		Drop	Valid	Final	
			(+)	(-)			(+)	(-)
1	Keandalan	1. Ketepatan waktu pelayanan	1,3	29,27	-	1,3,29,27	1,3	25,23
2	Keresponsifan	1. Ketanggapan	5,7	25,23	-	5,7,25,23	5,6	22,20
3	Keyakinan	1. Pengetahuan karyawan	9,11,14,13	21,19,15,17	14,15	9,11,13,21,19,17	8,10,12	18,13,14
		2. Keahlian karyawan dalam memberikan pelayanan	16,18	12,10	-	16,18,12,10	15,16	11,19
4	Empati	1. Kemudahan mencapai target	20,22	8,6	-	20,22,8,6	17,19	4,7
5	Berwujud	1. Kerapihan seragam karyawan	24	4	-	24,4	21	2
		2. Kebersihan seragam karyawan	28	30	-	28,30	24	26

Untuk mengisi setiap butir pertanyaan dalam instrumen penelitian dengan model skala likert, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan lima alternatif

jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III.2

Skala Penilaian Instrumen Kepuasan Pelanggan

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu – Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Kepuasan Pelanggan

Proses pengembangan instrumen kepuasan pelanggan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk skala likert sebanyak 30 pernyataan yang mengacu kepada indikator-indikator variabel kepuasan pelanggan seperti yang terlihat pada tabel III.1

Tahap berikutnya, konsep instrument dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel kepuasan pelanggan (variabel Y) sebagaimana telah tercantum pada tabel III.1. Setelah disetujui selanjutnya instrumen diujicobakan kepada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga angkatan 2009 Universitas

Negeri Jakarta sebanyak 30 orang yang sesuai dengan karakteristik populasi, yaitu mengunjungi McDonalds ARION.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrument, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor total instrumen. Dengan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum y_i y_t}{\sqrt{(\sum y_i^2)(\sum y_t^2)}} \quad 57$$

Keterangan :

r_{it} = Koefisien antara skor butir soal dengan skor total

y_i = Jumlah kuadrat deviasi skor dari Y_i

y_t = Jumlah kuadrat deviasi skor dari Y_t

Dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*. Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{\text{tabel}} = 0,361$, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*.

Berdasarkan perhitungan tersebut dari nomor pernyataan setelah di validitaskan terdapat 2 butir yang *drop*, sehingga pernyataan yang valid dapat digunakan sebanyak 26 butir pernyataan. Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terdapat butir-butir pernyataan yang dianggap

⁵⁷ Suharsimi Arikunto. 2002. *Dasar-dasar evaluasi pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara, hal.109

valid dengan rumus *Alpha Cronbach*, yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total.

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Keterangan :

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum S_i^2$ = Jumlah varians skor butir
- S_t^2 = Varians skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut .⁵⁸

$$S_i^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $\sum si^2 = 6,19$ $St^2 = 55,83$ dan r_{ii} sebesar 0,925 (perhitungan terlampir). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 26 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur *variabel* kepuasan pelanggan.

⁵⁸Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* (Yogyakarta : Gajah Mada University Pers, 2004), hal. 350.

2. Kualitas Pelayanan

a. Definisi Konseptual

Kualitas pelayanan adalah suatu proses yang terjadi dalam diri individu dalam memilih dan memberikan penilaian terhadap kualitas suatu jasa apakah jasa tersebut memuaskan atau tidak yang didasarkan pada pengalaman dan pengetahuannya.

b. Definisi Operasional

Kualitas pelayanan dapat diukur dari dimensi Reliability memiliki indikator terpercaya (pelayanan yang sama untuk semua pelanggan dan simpatik); Dimensi Daya Tanggap memiliki indikator pelayanan yang tepat (penyampaian informasi yang jelas); Dimensi Jaminan memiliki indikator kompetensi (keterampilan karyawan), indikator kesopanan (keramahan karyawan dan perhatian karyawan); Dimensi *Empaty* memiliki indikator akses (kemudahan memanfaatkan jasa), dan indikator pemahaman pelanggan (mengetahui kebutuhan pelanggan); Dimensi Bukti fisik yang indikatornya fasilitas fisik (warna dan bentuk gedung menarik, kebersihan ruangan, kerapian ruangan, kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, tersedianya tempat parkir).

Penyusunan butir instrumen diukur dengan menggunakan kuesioner yang disebar ke responden berdasarkan pengukuran model skala likert.

c. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan

Kisi-kisi instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan terdiri atas dua konsep instrument, yaitu yang diuji cobakan dan kisi-kisi instrumen final yang nantinya digunakan untuk mengukur *variabel* kualitas pelayanan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah dilakukan uji validitas dan uji, serta memberikan gambaran seberapa jauh instrumen final masih mencerminkan indikator kualitas pelayanan. Kisi-kisi instrumen untuk mengukur harga dapat dilihat pada table III.3

Tabel III.3

Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Uji Coba		Drop	Valid	Final	
			(+)	(-)			(+)	(-)
Reliability	Terpercaya	1. Pelayanan yang sama untuk semua pelanggan	1	44	-	1,44	1	35
		2. Simpatik	3	33	-	3,33	3	42
Daya Tanggap	Pelayanan yang tepat	1. Penyampaian informasi yang jelas	5,7	40,38	7,38	5,40	5	32
Jaminan	a. Kompetensi	Keterampilan karyawan	9,11	36,34	-	9,11,36,34	9,11	29,27
	b. Kesopanan	1. Keramahan karyawan	13	32	-	13,32	13	25
		2. Perhatian Karyawan	15,17	30,28	17,28	15,20	15	23

<i>Emphaty</i>	a. Akses	1. Kemudahan memanfaatkan jasa	19,2 1,23	26,2 4,20	19,26	21,23,2 4,20	7,4	19,18
	b.Pemahaman pelanggan	1. Mengatahui kebutuhan pelanggan	25	22	-	25,22	36	20
Bukti Fisik	Fasilitas Fisik	1. Warna dan bentuk gedung menarik	27	18	-	27,18	21	17
		2. Kebersihan ruangan	29	16	-	29,16	22	16
		3. Kerapihan ruangan	31	14	-	31,14	24	14
		4. Kenyamanan ruangan	33	12	-	33,12	26	12
		5. Kelengkapan peralatan	35,3 9,41, 37	10,6, 4,8	41,4	35,39,3 7,10,6, 8	28,3 1,30	10,6, 8
		6. Tersedianya tempat parkir	43	2	-	43,2	34	2

Untuk mengisi setiap butir pertanyaan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan lima alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III.4**Skala Penilaian Instrumen Kualitas Pelayanan**

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu – Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Kualitas Pelayanan

Proses pengembangan instrumen kualitas pelayanan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk skala Likert sebanyak 44 butir pernyataan yang mengacu kepada indikator-indikator variabel kualitas pelayanan seperti terlihat pada tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas pelayanan.

Tahap berikutnya, konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur variabel X (kualitas pelayanan). Setelah disetujui, kemudian instrumen tersebut akan diujicobakan, dimana uji coba responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2010 sebanyak 40 orang yang

sesuai dengan karakteristik populasi yaitu mengunjungi Mc Donald's ARION

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum X_i X_t}{\sqrt{(\sum X_i^2)(\sum X_t^2)}} \quad 59$$

Keterangan :

r_{it} = Koefisien antara skor butir soal dengan skor total

x_i = Jumlah kuadrat deviasi skor dari X_i

x_t = Jumlah kuadrat deviasi skor dari X_t

Dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*. Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus didrop.

Berdasarkan perhitungan tersebut dari nomor pernyataan setelah di validitaskan terdapat 8 butir yang drop, sehingga pernyataan yang valid dapat digunakan sebanyak 36 butir pernyataan. Selanjutnya,

⁵⁹ Suharsimi Arikunto. 2002. *Dasar-dasar evaluasi pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. Hal.109

dihitung reliabilitasnya terdapat butir-butir pernyataan yang dianggap valid dengan rumus *Alpha Cronbach*, yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total.

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right] \quad 60$$

Keterangan :

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum S_i^2$ = Jumlah varians butir

S_t^2 = Varians total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n} \quad 61$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $\sum si^2 = 13,02$ $St^2 = 211,69$ dan r_{ii} sebesar 0,965 (perhitungan terlampir). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 36 pernyataan inilah yang

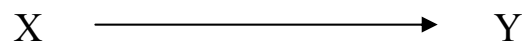
⁶⁰ Djaali, dan Pudji Muljono. Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan (Jakarta:PT.Grasindo,2008), hal. 86

⁶¹ Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* (Yogyakarta : Gajah Mada University Pers, 2004), hal. 350

akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kualitas pelayanan.

F. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X (kualitas pelayanan) dan Variabel Y (kepuasan pelanggan), maka konstelasi hubungan antara variabel X dan Variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan :

X : Variabel Bebas yaitu Kualitas Pelayanan

Y : Variabel Terikat yaitu Kepuasan Pelanggan

→ : Arah Hubungan

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik regresi dan korelasi, dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mencari Persamaan Regresi : $\hat{Y} = a + bX$

Dengan rumus sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX^{62}$$

Untuk mencari *celebrity endorser* a dan b dapat digunakan rumus :

$$b = \frac{\sum x_i y_i}{\sum x_i^2} \quad a = \bar{Y} - b\bar{X}^{63}$$

⁶² J.Supranto. *Statistik teori&aplikasi*. hal.172

⁶³ Ibid., hal.186-187

Dimana :

$$\sum xy = \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum x = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}$$

$$\sum y = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

Keterangan :

- a = bilangan konstanta
- b = koefisien regresi
- n = jumlah responden

2. Uji Persyaratan Analisis Data

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui data yang diperoleh dan yang akan diolah memiliki distribusi normal atau tidak.

Pengujian dilakukan terhadap galat taksiran regresi Y dan X dengan menggunakan Uji Liliefors pada taraf signifikan (α) = 0,05

Hipotesis statistik :

H_0 : Regresi Y atas X berdistribusi normal

H_1 : Regresi Y atas X berdistribusi tidak normal

Kriteria Pengujian :

Jika $L_{hitung} < L_{tabel}$, maka H_0 diterima, berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

a. Uji Linearitas Regresi

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berbentuk linear atau tidak linear.

Dengan hipotesis statistik :

$$H_0 : Y = \alpha + \beta X$$

$$H_1 : Y \neq \alpha + \beta X$$

Kriteria pengujian linearitas regresi adalah :

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi linear

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi tidak linear

Persamaan regresi dinyatakan linear jika menerima H_0

3. Uji Hipotesis

a. Uji Keberartian Regresi

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berarti atau tidak berarti dengan kriteria $F_{hitung} > f_{tabel}$.

Dengan hipotesis statistik :

$$H_0 : \beta \leq 0$$

$$H_1 : \beta > 0$$

Kriteria pengujian keberartian regresi adalah :

Regresi dinyatakan positif signifikan jika $F_{hitung} > f_{tabel}$

Langkah perhitungan keberartian dan linearitas regresi terlihat pada tabel ANAVA untuk keberartian dan linearitas regresi seperti yang digambarkan pada tabel III.5 di bawah ini.

Tabel III.5
Tabel ANAVA
Tabel Analisa Varians Regresi Linier Sederhana⁶⁴

Sumber Varians	Derajat Bebas (db)	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-Rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F hitung (Fo)	Ket
Total	N	$\sum Y^2$			
Regresi (a)	1	$\frac{(\sum Y)^2}{n}$			
Regresi (b/a)	1	$b \cdot \sum xy$	$\frac{JK(b/a)}{db(b/a)}$	*) $\frac{RJK(b/a)}{RJK(s)}$	Fo>Ft Maka Regresi berarti
Sisa (s)	n – 2	$JK(T) - JK(a) - JK(b/a)$	$\frac{JK(s)}{db(s)}$		
Tuna Cocok (TC)	k – 2	$JK(s) - JK(G)$	$\frac{JK(TC)}{db(TC)}$	ns) $\frac{RJK(TC)}{RJK(G)}$	Fo<Ft Maka regresi berbentuk linier
Galat (G)	n – k	$\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{nk}$	$\frac{JK(G)}{db(G)}$		

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti

ns) persamaan regresi linier/*not significant*

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan anatar variabel X dan variabel Y. Menghitung koefisien korelasi *Product Moment* (r_{xy}) dari Pearson, sebagai berikut :

⁶⁴ J.Supranto. 2009. *Statistik Teori dan aplikasi*. Jakarta:Erlangga, hal.320

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Tingkat keterikatan hubungan.

$\sum x$ = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

Perhitungan koefisien korelasi juga dilakukan untuk mengetahui tingkat keterikatan hubungan antara variabel X dan variabel Y.

c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Untuk mengetahui signifikansi koefisien korelasi digunakan uji t dengan rumus :⁶⁵

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan :

t_{hitung} = skor signifikan koefisien korelasi

r = koefisien korelasi Product Moment

n = banyaknya sampel/data

Hipotesis Statistik :

$H_0 : \rho \leq 0$

$H_1 : \rho > 0$

Kriteria pengujian sebagai berikut :

⁶⁵ Agus Irianto. 2009. *Statistik*. Jakarta:Kencana, hal.146

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka koefisien korelasi berarti (signifikan). Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka koefisien tidak berarti (tidak signifikan). Hal ini dilakukan pada taraf signifikan (α) = 0,05 dengan derajat kebebasan (dk) = $n - 2$. Sehingga dapat disimpulkan antara variabel X dan Y terdapat hubungan yang positif.

d. Perhitungan Koefisien Determinasi

Selanjutnya, diadakan perhitungan koefisien determinan (penentu) yaitu untuk mengetahui besarnya variasi Y yang ditentukan oleh variabel X. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$KD = r_{xy}^2 \times 100\% \text{ }^{66}$$

Dimana :

KD = Koefisien Determinasi

r_{xy} = Koefisien korelasi *Product Moment*

⁶⁶ M.Pabundu Tika. *Metodologi Riset Bisnis*. (Jakarta:Bumi Aksara,2006), hal.99

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Deskripsi data hasil penelitian dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum mengenai hasil pengolahan data yang didapat dari dua variabel dalam penelitian ini. Skor yang akan disajikan adalah skor yang telah diolah dari data mentah dengan menggunakan statistik deskriptif, yaitu skor rata-rata dan simpangan baku atau standar deviasi.

Berdasarkan jumlah variabel dan merujuk pada masalah penelitian, maka deskripsi data dikelompokkan menjadi dua bagian sesuai dengan jumlah variabel penelitian. Kedua bagian tersebut adalah kualitas pelayanan *variabel* independen dan kepuasan pelanggan sebagai *variabel* dependen. Hasil perhitungan statistik deskriptif masing-masing variabel secara lengkap dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Data Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)

Data kepuasan pelanggan memiliki 26 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Data ini diisi oleh 40 Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta sebagai responden.

Berdasarkan hasil perhitungan data kepuasan pelanggan, diperoleh skor terendah 92 dan skor tertinggi adalah 127, jumlah skor adalah 4339, sehingga rata-rata skor kepuasan pelanggan (\hat{Y}) sebesar 108,48, varians

(S^2) sebesar 75,44 dan simpangan baku (S) sebesar 8,69 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 22 hal. 91).

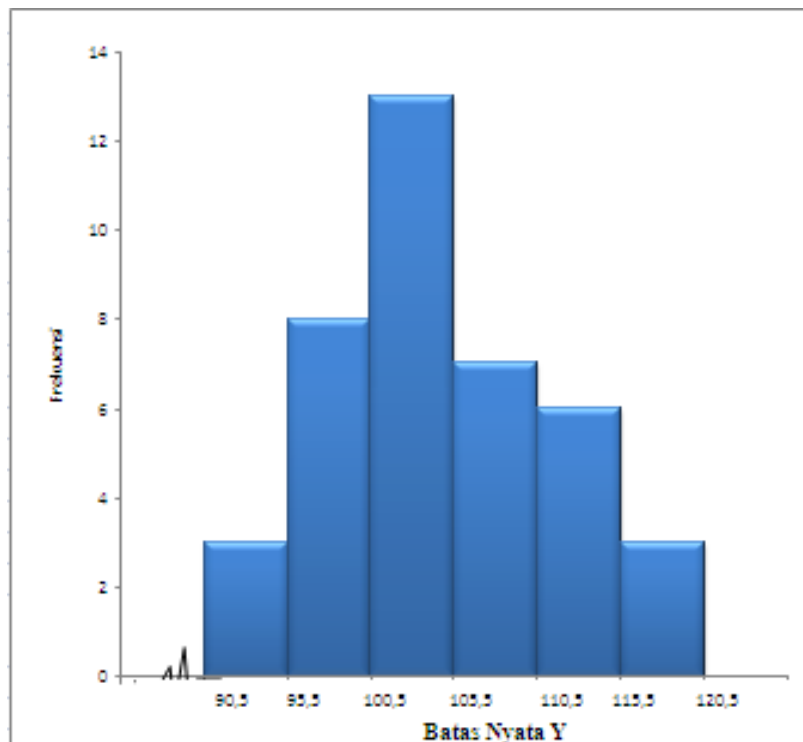
Distribusi frekuensi data kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel IV.1, dimana rentang skor adalah 35, banyak kelas adalah 6 dan panjang interval adalah 6 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 24 hal. 93).

Tabel IV.1
Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
92	-	97	91.5	97.5	3	7.5%
98	-	103	97.5	103.5	8	20.0%
104	-	109	103.5	109.5	13	32.5%
110	-	115	109.5	115.5	7	17.5%
116	-	121	115.5	121.5	6	15.0%
122	-	127	121.5	127.5	3	7.5%
Jumlah					40	100%

Berdasarkan tabel IV.1 dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel kepuasan pelanggan yaitu 13 yang terletak pada interval ke-3, yakni antara 104-109 dengan frekuensi relatif sebesar 32,5%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 3 yang terletak pada interval ke-1 yakni antara 92-97 dengan frekuensi relatif 7,5% dan pada interval ke-6, yakni antara 122-127 dengan frekuensi relatif 7,5%.

Untuk mempermudah penafsiran data frekuensi absolut kepuasan kerja, maka data ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar IV.1: Grafik Histogram Kepuasan Pelanggan (variabel Y)

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing dimensi dari *variabel* kepuasan pelanggan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator keyakinan, yaitu sebesar 28,38%. Selanjutnya, indikator berwujud sebesar 28,31%, indikator koresponsifan 14,56%, indikator keandalan sebesar 14,41% dan skor terendah adalah indikator empati sebesar 14,33% (proses perhitungan terdapat pada lampiran 40, hal. 109). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.2.

Tabel IV.2
Rata-rata Hitung Skor Dimensi Kepuasan Pelanggan

Variabel	Indikator	Jumlah soal	Presentase
Kepuasan pelanggan	Keandalan	4	14,41%
	Keresponsifan	4	14,56%
	Keyakinan	10	28,38%
	Empati	4	14,33%
	Berwujud	4	28,31%

2. Data Kualitas Pelayanan (Variabel X)

Data komitmen organisasi memiliki 36 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui kuisioner validasi dan reliabilitas. Data ini diisi oleh 40 orang Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta sebagai responden.

Berdasarkan hasil perhitungan data kualitas pelayanan, diperoleh skor terendah 126 dan skor tertinggi adalah 173, jumlah skor adalah 6133, sehingga rata-rata skor kualitas pelayanan (\bar{X}) sebesar 153,33, varians (S^2) sebesar 98,43 dan simpangan baku (S) sebesar 9,92 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 22, hal. 91).

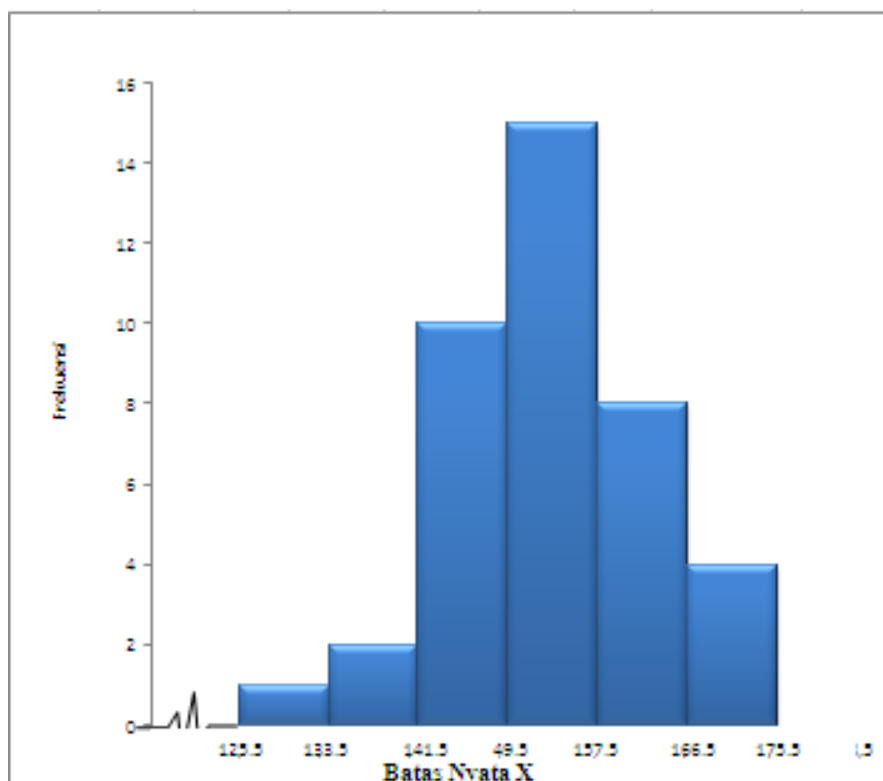
Distribusi frekuensi data kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel IV.3, di mana rentang skor adalah 47, banyak kelas adalah 6 dan panjang interval adalah 8 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 23 hal. 92).

Tabel IV.3
Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan (Variabel X)

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
126	-	133	125.5	133.5	1	2.5%
134	-	141	133.5	141.5	2	5.0%
142	-	149	141.5	149.5	10	25.0%
150	-	157	149.5	157.5	15	37.5%
158	-	165	157.5	165.5	8	20.0%
167	-	175	166.5	175.5	4	10.0%
Jumlah					40	100%

Berdasarkan tabel IV.3 dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel kualitas pelayanan yaitu 15 yang terletak pada interval ke-4, yakni antara 150-157 dengan frekuensi relatif sebesar 37,5%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 1 yang terletak pada interval ke-1, yakni antara 126-133 dengan frekuensi relatif 2,5%.

Untuk mempermudah penafsiran data frekuensi absolut kualitas pelayanan, maka data ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar IV.2: Grafik Histogram Kualitas Pelayanan (Variabel X)

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing dimensi dari variabel kualitas pelayanan terlihat bahwa dimensi yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi bukti fisik, yaitu sebesar 43,15%. Selanjutnya, dimensi jaminan 21,61, dimensi reliability 14,45, dimensi emphati 13,54,

dan skor terendah adalah dimensi daya tanggap sebesar 7,26% (proses perhitungan terdapat pada lampiran 41, hal. 110). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.4.

Tabel IV.4
Rata-rata Hitung Skor Indikator Kualitas Pelayanan

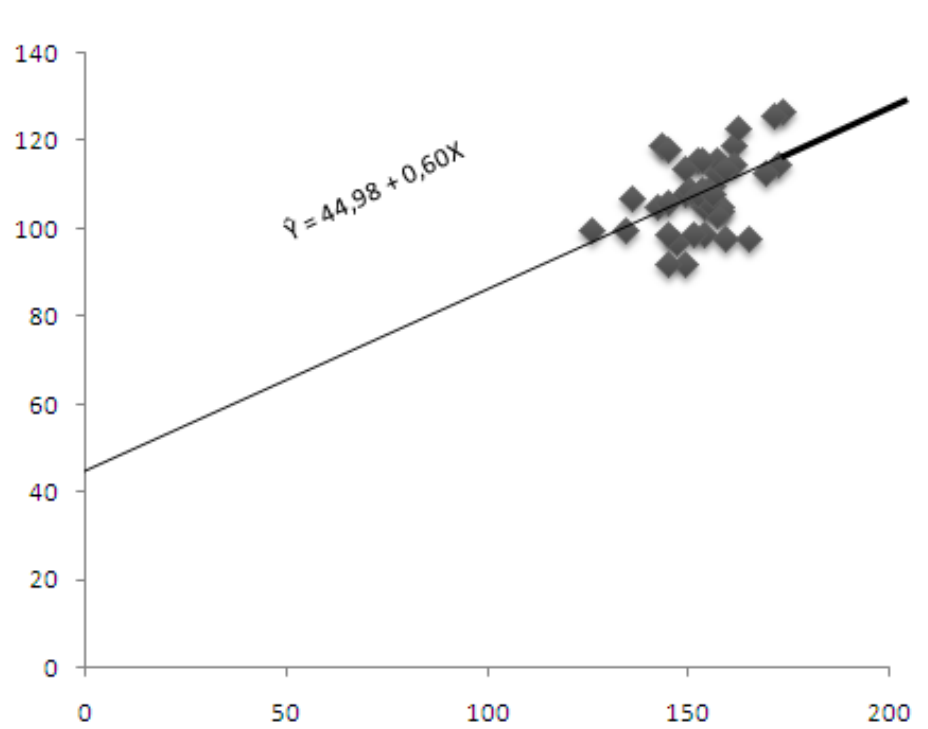
Variabel	Dimensi	Jumlah soal	Presentase
Kualitas Pelayanan	Reliability	4	14,45%
	Daya Tanggap	2	7,26%
	Jaminan	8	21,61%
	Emphaty	6	13,54%
	Bukti Fisik	4	43,15%

B. Analisis Data

1. Persamaan Garis Regresi

Analisis regresi linear sederhana terhadap pasangan data penelitian antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,60 dan menghasilkan konstanta sebesar 44,98. Dengan demikian, bentuk hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 44,98 + 0,60 X$. Selanjutnya, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor kualitas pelayanan (X) akan mengakibatkan kenaikan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,60 skor pada konstanta 44,98. (proses perhitungan terdapat di lampiran 26 hal. 95).

Persamaan garis regresi $\hat{Y} = 44,98 + 0,60X$ dapat dilukiskan pada grafik berikut ini :



Gambar IV.3: Persamaan Regresi $\hat{Y} = 44,98 + 0,60X$

2. Pengujian Persyaratan Analisis

Dalam perhitungan pengujian persyaratan analisis dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas X dilakukan dengan uji *lilliefors* pada taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$), untuk sampel sebanyak 40 orang dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila $L_{hitung} (L_o) < L_{tabel} (L_t)$ dan jika sebaliknya maka galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

Hasil perhitungan uji *lilliefors* menyimpulkan bahwa taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil

perhitungan $L_o = 0,0698$ sedangkan $L_t = 0.1401$. Ini berarti $L_o < L_t$ (perhitungan terdapat pada lampiran 31 hal. 100). Untuk lebih jelasnya hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel IV.5, sebagai berikut:

Tabel IV.5
Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran

No.	Galat Taksiran	L_o	$L_{tabel} (0.05)$	Keputusan	Keterangan
1	Y atas X	0,0698	0.1401	Terima H_o	Normal

Kemudian dalam persyaratan analisis juga dilakukan pengujian linearitas regresi, untuk melihat apakah persamaan regresi tersebut berbentuk linear atau non linear, dengan kriteria pengujian $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi dinyatakan linear.

Hasil perhitungan menyimpulkan bahwa persamaan regresi berbentuk linear. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan $F_{hitung} = 0,64$, sedangkan $F_{tabel} = 2,13$. Ini berarti $F_{hitung} < F_{tabel}$ (perhitungan terdapat pada lampiran 35, hal. 104). Untuk lebih jelasnya hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel IV.6.

3. Pengujian Hipotesis Penelitian

Dalam uji hipotesis terdapat uji keberartian regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan berarti atau tidak. Kriteria pengujian yaitu H_o diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan H_o ditolak, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, di mana H_o adalah model regresi tidak berarti dan H_a adalah

model regresi berarti atau signifikan, maka dalam hal ini kita harus menolak H_0 .

Berdasarkan hasil perhitungan F_{hitung} sebesar 18,23 dan untuk F_{tabel} sebesar 4,10. Jadi dalam pengujian ini dapat disimpulkan bahwa F_{hitung} $18,23 > F_{tabel}$ 4,10, ini berarti H_0 ditolak dan sampel dinyatakan memiliki regresi berarti (proses perhitungan terdapat pada lampiran 33, hal. 103). Pengujian dilakukan dengan tabel ANAVA.

Tabel IV. 6
Anava Untuk Keberartian dan Linearitas Persamaan Regresi
Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan
 $\hat{Y} = 44,98 + 0,60X$

Sumber Varians	Dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F_{hitung}	F_{tabel}
Total	40	473615			
Regresi (a)	1	470673,03			
Regresi (b/a)	1	953,89	953,89	18,23 ^{*)}	4,10
Residu	46	1988,08	52,32		
Tuna Cocok	24	1041,50	43,40	0,64 ^{ns)}	2,13
Galat Kekeliruan	22	946,58	67,61		

Keterangan :

^{*)} Persamaan regresi berarti karena $F_{hitung} (18,23) > F_{tabel} (4,10)$

^{ns)} Persamaan regresi linear karena $F_{hitung} (0,64) < F_{tabel} (2,13)$

Pengujian koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui besar atau kuatnya hubungan antara variabel X dan variabel Y. Penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi *product moment* dari *pearson*.

Hasil perhitungan koefisien korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan diperoleh koefisien korelasi sederhana $r_{xy} =$

0,473 (proses perhitungan dapat dilihat pada lampiran 37 hal. 106). Untuk uji signifikansi koefisien korelasi disajikan pada tabel IV.7

Tabel IV.7
Pengujian Signifikansi Koefisien Korelasi Sederhana antara X dan Y

Koefisien antara X dan Y	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	t_{hitung}	t_{tabel}
	0,473	22,37%	3,310	1.68

Keterangan : Koefisien korelasi signifikan ($t_{hitung} > t_{tabel}$) = 5,488 > 1.68

Berdasarkan pengujian signifikansi koefisien korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sebagaimana terlihat pada tabel IV.7 di atas diperoleh $t_{hitung} = 3,310 > t_{tabel} = 1,68$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi sederhana $r_{xy} = 0,473$ adalah signifikan. Artinya dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi $r_{xy} = (0,473)^2 = 0,2238$ berarti sebesar 22,38% kepuasan pelanggan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga 2010 Universitas Negeri Jakarta ditentukan oleh kualitas pelayanan (proses perhitungan dapat terlihat pada lampiran 39, hal. 108).

C. Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dijelaskan sebelumnya, diketahui adanya hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga 2010 Universitas Negeri Jakarta. Dari perhitungan itu pula, maka dapat

diinterpretasikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan atau semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan pada konsumen. Begitu pula sebaliknya, jika kualitas pelayanan rendah, maka akan semakin rendah kepuasan pelanggan pada konsumen.

D. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak sepenuhnya sampai pada tingkat kebenaran yang mutlak. Dan disadari juga bahwa masih banyak kekurangan yang dilakukan selama melakukan penelitian ini, yaitu keterbatasan faktor yang diteliti, yakni hanya mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Sementara, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh banyak faktor dan hanya pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga 2010 Universitas Negeri Jakarta sebagai populasi, populasi terjangkau dan sampel.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian pustaka dan deskripsi hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta. Perusahaan yang memiliki kualitas tinggi terhadap konsumen, maka kepuasan pelanggannya semakin tinggi, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan rendah maka akan mengakibatkan menurunnya kepuasan pada pelanggan.

Kepuasan pelanggan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta ditentukan oleh kualitas pelayanan sebesar 22,37% dan sisanya sebesar 77,63% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti citra perusahaan, harga, tempat atau lokasi, komunikasi dan kualitas pelayanan/jasa.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri

Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini adalah:

1. Bahwa kualitas pelayanan yang sangat baik diperlukan oleh perusahaan agar dalam menjalankan semua aktivitas usahanya dalam rangka mencapai tujuan perusahaan, terutama untuk memuaskan konsumen.
2. Bukti empiris bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kualitas pelayanan. Hal ini akan berdampak penting pada upaya peningkatan pendapatan perusahaan.
3. Kualitas pelayanan yang diciptakan oleh perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggan bertujuan agar pelanggan tidak beralih dan tetap loyal pada jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan adalah:

1. Sebaiknya perusahaan menginstruksikan kepada karyawannya agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.
2. Dalam rangka mencapai tujuan perusahaan dan agar terpeliharanya kepuasan pelanggan yang optimal sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan karyawannya dalam melayani segala kebutuhan pelanggan yang memiliki keluhan dalam menggunakan jasa yang ditawarkan.

3. Agar mencapai hasil yang optimal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, maka pihak Mc Donald's ARION perlu terus memberikan pelatihan dan keterampilan kepada karyawannya, agar kualitas pelayanan dapat terus meningkat.
4. Masyarakat sebagai konsumen harus mampu memberikan penilaian obyektif pada program yang diberikan perusahaan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1

INSTRUMEN UJI COBA HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN MC DONALD'S ARION PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Responden yang terhormat,

Sehubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan, saya berharap kesediaan Anda untuk mengisi angket ini. Jawaban Anda bukan berarti benar atau salah, kerahasiaan identitas Anda akan kami jaga.

Kemukakan pendapat Anda mengenai pernyataan-pernyataan dibawah ini, kemudian beri tanda () pada salah satu kolom pilihan di bawah ini.

Saya ucapkan banyak terima kasih atas bantuan Anda untuk mengisi angket ini.

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

RR : Ragu-Ragu

Nama :

Program Studi :

No.Responden :

INSTRUMEN VARIABEL X KUALITAS PELAYANAN

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Pelayanan yang diberikan sama untuk semua pelanggan					
2.	Mc Donald's tidak menyediakan tempat parkir					
3.	Karyawan Mc Donald's melayani dengan simpati					
4.	Mc Donald's tidak memiliki alat pembayaran <i>master card (credit card)</i> untuk transaksi					
5.	Karyawan memberikan informasi yang jelas					
6.	Mc Donald's tidak memiliki alat pembayaran <i>visa card</i> untuk transaksi					
7.	Karyawan Mc Donald's bersedia menjelaskan daftar menu					
8.	Mesin kasir tidak berteknologi canggih					

9.	Karyawan terampil mengoperasikan mesin kasir (cash register)					
10.	Tidak terdapat wi-fi di area Mc Donald's ARION					
11.	Proses transaksi pembelian dilakukan dengan cepat					
12.	Mc Donald's memberikan suasana ruang makan tidak nyaman					
13.	Karyawan ramah dalam melayani					
14.	Ruangan makan terlihat tidak rapih					
15.	Karyawan memberikan perhatian terhadap pelanggan yang mengalami masalah pemesanan					
16.	Ruangan makan terlihat kotor					
17.	Karyawan peduli pada pelanggan					
18.	Warna cerah dan bentuk gedung unik tidak membuat Mc Donald's dikenali pelanggan					
19.	Toilet pria dan wanita ditempatkan terpisah					
20.	Tempat cuci tangan (wastafel) jauh dari tempat makan pelanggan					
21.	Terdapat hand dryer (pengering tangan)					
22.	Karyawan Mc Donald's tidak memahami kebutuhan (rasa lapar) pelanggan					
23.	Tempat cuci tangan (wastafel) tidak jauh dari tempat makan pelanggan					
24.	Tidak terdapat hand dryer (pengering tangan)					
25.	Karyawan Mc Donald's memahami kebutuhan (rasa lapar) pelanggan					
26.	Toilet pria dan wanita ditempatkan menjadi satu					
27.	Warna cerah dan bentuk gedung unik membuat Mc Donald's dikenali pelanggan					
28.	Karyawan acuh tak acuh pada pelanggan					
29.	Ruangan makan terlihat bersih					
30.	Karyawan tidak memberikan perhatian kepada pelanggan yang mengalami masalah pemesanan					
31.	Ruangan makan terlihat rapih					
32.	Karyawan tidak ramah dalam melayani					
33.	Mc Donald's memberikan suasana ruang makan yang nyaman					
34.	Proses transaksi pembelian di Mc Donald's tidak cepat					
35.	Terdapat Wi-fi di area Mc Donald's ARION					
36.	Karyawan Mc Donald's tidak terampil					

	mengoperasikan mesin kasir (cash register)					
37.	Mesin kasir berteknologi canggih					
38.	Karyawan Mc Donald's tidak menjelaskan daftar menu					
39.	Mc Donald's memiliki alat pembayaran visa card untuk transaksi					
40.	Karyawan Mc Donald's tidak memberikan informasi yang jelas					
41.	Terdapat alat pembayaran master card (credit card) untuk transaksi					
42.	Karyawan tidak simpati dalam melayani					
43.	Tersedia tempat parkir					
44.	Masing-masing pelanggan mendapat pelayanan yang tidak sama					

INSTRUMEN UJI COBA
HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN MC DONALD'S ARION PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN TATA NIAGA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Responden yang terhormat,

Sehubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan, saya berharap kesediaan Anda untuk mengisi angket ini. Jawaban Anda bukan berarti benar atau salah, kerahasiaan identitas Anda akan kami jaga.

Kemukakan pendapat Anda mengenai pernyataan-pernyataan dibawah ini, kemudian beri tanda () pada salah satu kolom pilihan di bawah ini.

Saya ucapkan banyak terima kasih atas bantuan Anda untuk mengisi angket ini.

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

RR : Ragu-Ragu

Nama :

Program Studi :

No.Responden :

INSTRUMEN VARIABEL Y
KEPUASAN PELANGGAN

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Penyediaan makanan tepat waktu					
2.	Karyawan Mc Donald's tidak tepat waktu dalam melayani					
3.	Karyawan Mc Donald's tidak menggunakan seragam yang rapi dan serasi					
4.	Karyawan Mc Donald's tanggap dalam melayani pelanggan					
5.	Angkutan umum menuju Mc Donald's ARION tidak mudah ditemui					
6.	Karyawan Mc Donald's membersihkan meja yang telah dipakai					
7.	Lokasi Mc Donald's ARION tidak mudah terjangkau					

8.	Pelanggan puas dengan daftar menu yang tersedia					
9.	Karyawan Mc Donald's tidak ahli dalam memberikan pelayanan					
10.	Karyawan Mc Donald's mengetahui pengemasan makanan					
11.	Pelanggan tidak puas dengan keahlian karyawan memberikan pelayanan					
12.	Karyawan Mc Donald's mengetahui harga makanan					
13.	Karyawan Mc Donald's tidak mengetahui perlengkapan memasak					
14.	Karyawan Mc Donald's tidak mengetahui perlengkapan memasak					
15.	Pelanggan puas dengan keahlian karyawan memberikan pelayanan					
16.	Karyawan Mc Donald's tidak mengetahui harga makanan					
17.	Karyawan Mc Donald's ahli dalam memberikan pelayanan					
18.	Karyawan Mc Donald's tidak mengetahui pengemasan makanan					
19.	Lokasi Mc Donald's ARION mudah terjangkau					
20.	Pelanggan tidak puas dengan daftar menu yang tersedia					
21.	Angkutan umum menuju Mc Donald's ARION mudah ditemui					
22.	Karyawan Mc Donald's tidak membersihkan meja yang telah dipakai					
23.	Karyawan Mc Donald's menggunakan seragam yang rapi dan serasi					
24.	Karyawan Mc Donald's tidak tanggap dalam melayani					
25.	Karyawan Mc Donald's tidak tepat waktu dalam melayani pelanggan					
26.	Karyawan Mc Donald's menggunakan seragam yang bersih					
27.	Penyediaan makanan di Mc Donald's tidak tepat waktu					
28.	Karyawan Mc Donald's menggunakan seragam tidak bersih					

INSTRUMEN FINAL
HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
MC DONALD'S ARION PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA
NIAGA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Responden yang terhormat,

Sehubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan, saya berharap kesediaan Anda untuk mengisi angket ini. Jawaban Anda bukan berarti benar atau salah, kerahasiaan identitas Anda akan kami jaga.

Kemukakan pendapat Anda mengenai pernyataan-pernyataan dibawah ini, kemudian beri tanda () pada salah satu kolom pilihan di bawah ini.

Saya ucapkan banyak terima kasih atas bantuan Anda untuk mengisi angket ini.

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

RR : Ragu-Ragu

Nama :

Program Studi :

No.Responden :

INSTRUMEN VARIABEL X
KUALITAS PELAYANAN

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Pelayanan yang diberikan sama untuk semua pelanggan					
2.	Mc Donald's tidak menyediakan tempat parkir					
3.	Karyawan Mc Donald's melayani dengan simpati					
4.	Tempat cuci tangan (wastafel) dekat dengan tempat makan pelanggan					
5.	Karyawan memberikan informasi yang jelas					
6.	Mc Donald's tidak memiliki alat pembayaran <i>visa card</i> untuk transaksi					
7.	Terdapat pengering tangan (<i>hand dryer</i>)					
8.	Mesin kasir tidak berteknologi canggih					
9.	Karyawan terampil mengoperasikan mesin kasir (<i>cash register</i>)					

10.	Tidak terdapat wi-fi di area Mc Donald's ARION					
11.	Proses transaksi pembelian dilakukan dengan cepat					
12.	Mc Donald's memberikan suasana ruang makan tidak nyaman					
13.	Karyawan ramah dalam melayani					
14.	Ruangan makan terlihat tidak rapih					
15.	Karyawan memberikan perhatian terhadap pelanggan yang mengalami masalah pemesanan					
16.	Ruangan makan terlihat kotor					
17.	Warna cerah dan bentuk gedung unik tidak membuat Mc Donald's dikenali pelanggan					
18.	Tempat cuci tangan (wastafel) jauh dari tempat makan pelanggan					
19.	Tidak terdapat hand dryer (pengering tangan)					
20.	Karyawan Mc Donald's tidak memahami kebutuhan (rasa lapar) pelanggan					
21.	Warna cerah dan bentuk gedung unik membuat Mc Donald's dikenali pelanggan					
22.	Ruangan makan terlihat bersih					
23.	Karyawan tidak memberikan perhatian kepada pelanggan yang mengalami masalah pemesanan					
24.	Ruangan makan terlihat rapih					
25.	Karyawan tidak ramah dalam melayani					
26.	Mc Donald's memberikan suasana ruang makan yang nyaman					
27.	Proses transaksi pembelian di Mc Donald's tidak cepat					
28.	Terdapat Wi-fi di area Mc Donald's ARION					
29.	Karyawan Mc Donald's tidak terampil mengoperasikan mesin kasir (cash register)					
30.	Mesin kasir berteknologi canggih					
31.	Terdapat alat pembayaran <i>visa card</i> untuk transaksi					
32.	Karyawan Mc Donald's tidak memberikan informasi yang jelas					
33.	Karyawan tidak simpati dalam melayani					
34.	Tersedia tempat parkir					
35.	Masing-masing pelanggan mendapat pelayanan yang tidak sama					
36.	Karyawan Mc Donald's memahami kebutuhan (rasa lapar) pelanggan					

INSTRUMEN FINAL
HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN MC DONALD'S ARION PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN TATA NIAGA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Responden yang terhormat,

Sehubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan, saya berharap kesediaan Anda untuk mengisi angket ini. Jawaban Anda bukan berarti benar atau salah, kerahasiaan identitas Anda akan kami jaga.

Kemukakan pendapat Anda mengenai pernyataan-pernyataan dibawah ini, kemudian beri tanda () pada salah satu kolom pilihan di bawah ini.

Saya ucapkan banyak terima kasih atas bantuan Anda untuk mengisi angket ini.

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

RR : Ragu-Ragu

Nama :

Program Studi :

No.Responden :

INSTRUMEN VARIABEL Y
KEPUASAN PELANGGAN

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Penyediaan makanan tepat waktu					
2.	Karyawan Mc Donald's tidak menggunakan seragam yang rapi dan serasi					
3.	Karyawan Mc Donald's tepat waktu dalam melayani pelanggan					
4.	Lokasi Mc Donald's ARION tidak mudah terjangkau					
5.	Karyawan Mc Donald's tanggap melayani pelanggan					
6.	Karyawan Mc Donald's membersihkan meja yang					

	telah dipakai					
7.	Angkutan umum menuju Mc Donald's ARION tidak mudah ditemui					
8.	Pelanggan puas dengan daftar menu					
9.	Karyawan Mc Donald's tidak ahli dalam memberikan pelayanan					
10.	Karyawan Mc Donald's mengetahui pengemasan makanan					
11.	Pelanggan tidak puas dengan keahlian karyawan memberikan pelayanan					
12.	Karyawan Mc Donald's mengetahui harga makanan					
13.	Karyawan Mc Donald's tidak mengetahui pengemasan memasak					
14.	Karyawan Mc Donald's tidak mengetahui harga makanan					
15.	Pelanggan puas dengan keahlian karyawan memberikan pelayanan					
16.	Karyawan Mc Donald's ahli dalam memberikan pelayanan					
17.	Lokasi Mc Donald's ARION mudah terjangkau					
18.	Pelanggan tidak puas dengan daftar menu yang tersedia					
19.	Angkutan umum menuju Mc Donald's ARION mudah ditemui					
20.	Karyawan Mc Donald's tidak membersihkan meja yang telah dipakai					
21.	Karyawan Mc Donald's menggunakan seragam yang rapi dan serasi					
22.	Karyawan Mc Donald's tidak tanggap dalam melayani					
23.	Karyawan Mc Donald's tidak tepat waktu dalam melayani pelanggan					
24.	Karyawan Mc Donald's menggunakan seragam yang bersih					
25.	Penyediaan makanan di Mc Donald's tidak tepat waktu					
26.	Karyawan Mc Donald's menggunakan seragam tidak bersih					

SKOR UJI COBA INSTRUMEN
VARIABEL Y (KEPUASAN PELANGGAN)

No. Resp.	Butir Pernyataan																												Y _i	Y _{i2}		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28				
1	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	103	10609	
2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	99	9801	
3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	135	18225	
4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	5	3	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	107	11449	
5	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	99	9801	
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	111	12321	
7	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	103	10609
8	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	108	11664
9	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	107	11449
10	4	3	5	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	113	12769
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	110	12100
12	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	120	14400
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	110	12100
14	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	2	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	119	14161
15	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	107	11449
16	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	106	11236
17	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	93	8649
18	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	113	12769
19	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	107	11449
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	110	12100
21	3	4	5	3	5	3	3	5	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4	106	11236
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	113	12769
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	111	12321
24	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	115	13225
25	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	122	14884
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	111	12321
27	3	4	5	3	4	3	5	5	4	3	5	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	3	5	4	114	12996
28	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	113	12769
29	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	109	11881
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	110	12100
ΣY _i	118	116	122	113	121	119	120	122	115	119	122	125	120	75	117	122	123	116	118	122	122	122	116	122	122	122	113	120	122	3304	365612	
ΣY _{i2}	474	454	502	433	493	483	490	506	447	483	502	529	490	201	459	502	515	454	474	498	498	506	454	502	500	433	490	498				

PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR
VARIABEL Y (KEPUASAN PELANGGAN)
 Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom ΣY_i = Jumlah butir ke satu

$$\Sigma Y_i = 5 + 4 + 5 + 5 + \dots + 5$$

$$= \boxed{118}$$
2. Kolom ΣY_t = Jumlah total butir dari setiap responden

$$\Sigma Y_t = 130 + 116 + 117 + 113 + \dots + 122$$

$$= 3304$$
3. Kolom ΣY_i^2

$$\Sigma Y_i^2 = 130^2 + 116^2 + 117^2 + 113^2 + \dots + 122^2$$

$$= 365612$$
4. Kolom ΣY_i^2

$$\Sigma Y_i^2 = 5^2 + 4^2 + 5^2 + 5^2 + \dots + 5^2$$

$$= 474$$
5. Kolom $\Sigma Y_i \cdot Y_t$

$$\Sigma Y_i \cdot Y_t = 550 + 456 + 670 + 605 + \dots + 484$$

$$= 13094$$
6. Kolom Σy_i^2

$$\Sigma y_i^2 = \Sigma Y_i^2 - \frac{(\Sigma Y_i)^2}{n}$$

$$= 474 - \frac{118^2}{30}$$

$$= 9.87$$
7. Kolom $\Sigma y_i \cdot y_t$

$$\Sigma y_i \cdot y_t = \Sigma Y_i \cdot Y_t - \frac{(\Sigma Y_i)(\Sigma Y_t)}{n}$$

$$= 13094 - \frac{118 \times 3304}{30}$$

$$= 98.267$$
8. Kolom Σx_i^2

$$\Sigma y_i^2 = \Sigma Y_t^2 - \frac{(\Sigma Y_t)^2}{n}$$

$$= 365612 - \frac{3304^2}{30}$$

$$= 1731.467$$
9. Kolom r_{hitung}

$$r_{hitung} = \frac{\Sigma y_i \cdot y_t}{\sqrt{(\Sigma y_i^2)(\Sigma y_t^2)}}$$

$$= \frac{98.267}{\sqrt{9.87 \times 1731.467}} = 0.752$$

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS
VARIABEL Y (KEPUASAN PELANGGAN)**

No. Butir	ΣY_i	ΣY_i^2	$\Sigma Y_i \cdot Y_i$	Σy_i^2	$\Sigma y_i y_i$	Σy_i^2	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimp.
1	118	474	13094	9.87	98.27	1731.47	0.752	0.361	Valid
2	116	454	12825	5.47	49.53	1731.47	0.509	0.361	Valid
3	122	502	13488	5.87	51.73	1731.47	0.513	0.361	Valid
4	113	433	12507	7.37	61.93	1731.47	0.548	0.361	Valid
5	121	493	13374	4.97	47.87	1731.47	0.516	0.361	Valid
6	119	483	13207	10.97	101.13	1731.47	0.734	0.361	Valid
7	120	490	13322	10.00	106.00	1731.47	0.806	0.361	Valid
8	122	506	13504	9.87	67.73	1731.47	0.518	0.361	Valid
9	115	447	12704	6.17	38.67	1731.47	0.374	0.361	Valid
10	119	483	13207	10.97	101.13	1731.47	0.734	0.361	Valid
11	122	502	13483	5.87	46.73	1731.47	0.464	0.361	Valid
12	125	529	13843	8.17	76.33	1731.47	0.642	0.361	Valid
13	120	490	13322	10.00	106.00	1731.47	0.806	0.361	Valid
14	75	201	8283	13.50	23.00	1731.47	0.150	0.361	Drop
15	117	459	12907	2.70	21.40	1731.47	0.313	0.361	Drop
16	122	502	13483	5.87	46.73	1731.47	0.464	0.361	Valid
17	123	515	13636	10.70	89.60	1731.47	0.658	0.361	Valid
18	116	454	12817	5.47	41.53	1731.47	0.427	0.361	Valid
19	118	474	13094	9.87	98.27	1731.47	0.752	0.361	Valid
20	122	498	13464	1.87	27.73	1731.47	0.488	0.361	Valid
21	122	498	13464	1.87	27.73	1731.47	0.488	0.361	Valid
22	122	506	13504	9.87	67.73	1731.47	0.518	0.361	Valid
23	116	454	12825	5.47	49.53	1731.47	0.509	0.361	Valid
24	122	502	13488	5.87	51.73	1731.47	0.513	0.361	Valid
25	122	500	13474	3.87	37.73	1731.47	0.461	0.361	Valid
26	113	433	12507	7.37	61.93	1731.47	0.548	0.361	Valid
27	120	490	13322	10.00	106.00	1731.47	0.806	0.361	Valid
28	122	498	13464	1.87	27.73	1731.47	0.488	0.361	Valid

**PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH VALIDITAS
VARIABEL Y (KEPUASAN PELANGGAN)**

No. Resp.	Butir Pernyataan																										Y _t	Y _{i2}	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26			
1	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	96	9216	
2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	92	8464	
3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	128	16384	
4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	5	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	100	10000	
5	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	93	8649	
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104	10816	
7	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	97	9409	
8	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	102	10404	
9	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	100	10000	
10	4	3	5	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	106	11236	
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104	10816	
12	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	113	12769	
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104	10816	
14	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	113	12769	
15	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	102	10404	
16	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	100	10000	
17	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	87	7569	
18	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	108	11664	
19	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	102	10404	
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104	10816	
21	3	4	5	3	5	3	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	3	3	3	100	10000	
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106	11236	
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104	10816	
24	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	108	11664	
25	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	115	13225	
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104	10816	
27	3	4	5	3	4	3	5	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	109	11881	
28	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	106	11236	
29	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	102	10404	
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105	11025	
ΣY _i	118	116	122	113	121	119	120	122	115	119	122	125	120	122	123	116	120	122	122	122	116	122	122	113	120	122	3114	324908	
ΣY _{i2}	474	454	502	433	493	483	490	506	447	483	502	529	490	502	515	454	490	498	498	506	454	502	500	433	490	498	498		

**DATA PERHITUNGAN KEMBALI VALIDITAS
VARIABEL Y (KEPUASAN PELANGGAN)**

No. Butir	ΣY_i	ΣY_i^2	$\Sigma Y_i \cdot Y_i$	Σy_i^2	$\Sigma y_i \cdot y_i$	Σy_i^2	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimp.
1	118	474	12344	9.87	95.60	1674.80	0.744	0.361	Valid
2	116	454	12089	5.47	48.20	1674.80	0.504	0.361	Valid
3	122	502	12715	5.87	51.40	1674.80	0.519	0.361	Valid
4	113	433	11791	7.37	61.60	1674.80	0.555	0.361	Valid
5	121	493	12606	4.97	46.20	1674.80	0.507	0.361	Valid
6	119	483	12450	10.97	97.80	1674.80	0.722	0.361	Valid
7	120	490	12562	10.00	106.00	1674.80	0.819	0.361	Valid
8	122	506	12731	9.87	67.40	1674.80	0.524	0.361	Valid
9	115	447	11975	6.17	38.00	1674.80	0.374	0.361	Valid
10	119	483	12450	10.97	97.80	1674.80	0.722	0.361	Valid
11	122	502	12710	5.87	46.40	1674.80	0.468	0.361	Valid
12	125	529	13048	8.17	73.00	1674.80	0.624	0.361	Valid
13	120	490	12562	10.00	106.00	1674.80	0.819	0.361	Valid
14	122	502	12710	5.87	46.40	1674.80	0.468	0.361	Valid
15	123	515	12857	10.70	89.60	1674.80	0.669	0.361	Valid
16	116	454	12081	5.47	40.20	1674.80	0.420	0.361	Valid
17	120	490	12562	10.00	106.00	1674.80	0.819	0.361	Valid
18	122	498	12692	1.87	28.40	1674.80	0.508	0.361	Valid
19	122	498	12692	1.87	28.40	1674.80	0.508	0.361	Valid
20	122	506	12731	9.87	67.40	1674.80	0.524	0.361	Valid
21	116	454	12089	5.47	48.20	1674.80	0.504	0.361	Valid
22	122	502	12715	5.87	51.40	1674.80	0.519	0.361	Valid
23	122	500	12701	3.87	37.40	1674.80	0.465	0.361	Valid
24	113	433	11791	7.37	61.60	1674.80	0.555	0.361	Valid
25	120	500	12562	20.00	106.00	1674.80	0.579	0.361	Valid
26	122	498	12692	1.87	28.40	1674.80	0.508	0.361	Valid

**PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS
VARIABEL Y (KEPUASAN PELANGGAN)**

No.	Varians
1	0.33
2	0.18
3	0.20
4	0.25
5	0.17
6	0.37
7	0.33
8	0.33
9	0.21
10	0.37
11	0.20
12	0.27
13	0.33
14	0.20
15	0.36
16	0.18
17	0.33
18	0.06
19	0.06
20	0.33
21	0.18
22	0.20
23	0.13
24	0.25
25	0.33
26	0.06
ΣSi^2	6.19

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus (Contoh No.1)

$$Si^2 = \frac{\Sigma Yi^2 - \frac{(\Sigma Yi)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{474 - \frac{118^2}{30}}{30} = 0.33$$

2. Menghitung varians total

$$St^2 = \frac{\Sigma Yt^2 - \frac{(\Sigma Yt)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{324908 - \frac{3114^2}{30}}{30} = 55.83$$

3. Menghitung Reabilitas

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\Sigma si^2}{st^2} \right)$$

$$= \frac{26}{26-1} \left(1 - \frac{6.19}{55.83} \right)$$

$$= 0.925$$

Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa r_{ii} termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang sangat tinggi**

Row	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	215	216	217	218	219	220	221	222	223	224	225	226	227	228	229	230	231	232	233	234	235	236	237	238	239	240	241	242	243	244	245	246	247	248	249	250	251	252	253	254	255	256	257	258	259	260	261	262	263	264	265	266	267	268	269	270	271	272	273	274	275	276	277	278	279	280	281	282	283	284	285	286	287	288	289	290	291	292	293	294	295	296	297	298	299	300	301	302	303	304	305	306	307	308	309	310	311	312	313	314	315	316	317	318	319	320	321	322	323	324	325	326	327	328	329	330	331	332	333	334	335	336	337	338	339	340	341	342	343	344	345	346	347	348	349	350	351	352	353	354	355	356	357	358	359	360	361	362	363	364	365	366	367	368	369	370	371	372	373	374	375	376	377	378	379	380	381	382	383	384	385	386	387	388	389	390	391	392	393	394	395	396	397	398	399	400	401	402	403	404	405	406	407	408	409	410	411	412	413	414	415	416	417	418	419	420	421	422	423	424	425	426	427	428	429	430	431	432	433	434	435	436	437	438	439	440	441	442	443	444	445	446	447	448	449	450	451	452	453	454	455	456	457	458	459	460	461	462	463	464	465	466	467	468	469	470	471	472	473	474	475	476	477	478	479	480	481	482	483	484	485	486	487	488	489	490	491	492	493	494	495	496	497	498	499	500	501	502	503	504	505	506	507	508	509	510	511	512	513	514	515	516	517	518	519	520	521	522	523	524	525	526	527	528	529	530	531	532	533	534	535	536	537	538	539	540	541	542	543	544	545	546	547	548	549	550	551	552	553	554	555	556	557	558	559	560	561	562	563	564	565	566	567	568	569	570	571	572	573	574	575	576	577	578	579	580	581	582	583	584	585	586	587	588	589	590	591	592	593	594	595	596	597	598	599	600	601	602	603	604	605	606	607	608	609	610	611	612	613	614	615	616	617	618	619	620	621	622	623	624	625	626	627	628	629	630	631	632	633	634	635	636	637	638	639	640	641	642	643	644	645	646	647	648	649	650	651	652	653	654	655	656	657	658	659	660	661	662	663	664	665	666	667	668	669	670	671	672	673	674	675	676	677	678	679	680	681	682	683	684	685	686	687	688	689	690	691	692	693	694	695	696	697	698	699	700	701	702	703	704	705	706	707	708	709	710	711	712	713	714	715	716	717	718	719	720	721	722	723	724	725	726	727	728	729	730	731	732	733	734	735	736	737	738	739	740	741	742	743	744	745	746	747	748	749	750	751	752	753	754	755	756	757	758	759	760	761	762	763	764	765	766	767	768	769	770	771	772	773	774	775	776	777	778	779	780	781	782	783	784	785	786	787	788	789	790	791	792	793	794	795	796	797	798	799	800	801	802	803	804	805	806	807	808	809	810	811	812	813	814	815	816	817	818	819	820	821	822	823	824	825	826	827	828	829	830	831	832	833	834	835	836	837	838	839	840	841	842	843	844	845	846	847	848	849	850	851	852	853	854	855	856	857	858	859	860	861	862	863	864	865	866	867	868	869	870	871	872	873	874	875	876	877	878	879	880	881	882	883	884	885	886	887	888	889	890	891	892	893	894	895	896	897	898	899	900	901	902	903	904	905	906	907	908	909	910	911	912	913	914	915	916	917	918	919	920	921	922	923	924	925	926	927	928	929	930	931	932	933	934	935	936	937	938	939	940	941	942	943	944	945	946	947	948	949	950	951	952	953	954	955	956	957	958	959	960	961	962	963	964	965	966	967	968	969	970	971	972	973	974	975	976	977	978	979	980	981	982	983	984	985	986	987	988	989	990	991	992	993	994	995	996	997	998	999	1000
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

**PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR
VARIABEL X (KUALITAS PELAYANAN)**

Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom ΣX_i = Jumlah butir ke satu

$$\begin{aligned}\Sigma X_i &= 4 + 4 + 5 + 5 + \dots + 4 \\ &= 126\end{aligned}$$
2. Kolom ΣX_t = Jumlah total butir dari setiap responden

$$\begin{aligned}\Sigma X_t &= 126 + 122 + 114 + 106 + \dots + 124 \\ &= 5274\end{aligned}$$
3. Kolom ΣX_t^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_t^2 &= 126^2 + 122^2 + 114^2 + 106^2 + \dots + 124^2 \\ &= 933550\end{aligned}$$
4. Kolom ΣX_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_i^2 &= 4^2 + 4^2 + 5^2 + 5^2 + \dots + 4^2 \\ &= 536\end{aligned}$$
5. Kolom $\Sigma X_i \cdot X_t$

$$\begin{aligned}\Sigma X_i \cdot X_t &= 664 + 648 + 895 + 840 + \dots + 664 \\ &= 22270\end{aligned}$$
6. Kolom ΣX_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_i^2 &= \Sigma X_i^2 - \frac{(\Sigma X_i)^2}{n} \\ &= 536 - \frac{126^2}{30} \\ &= 6.800\end{aligned}$$
7. Kolom $\Sigma X_i \cdot X_t$

$$\begin{aligned}\Sigma X_i \cdot X_t &= \Sigma X_i \cdot X_t - \frac{(\Sigma X_i)(\Sigma X_t)}{n} \\ &= 22270 - \frac{126 \times 5274}{30} \\ &= 119.20\end{aligned}$$

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS
VARIABEL X (KUALITAS PELAYANAN)**

No. Butir	ΣX_i	ΣX_i^2	$\Sigma X_i \cdot X_t$	ΣX_i^2	$\Sigma X_i \cdot X_t$	ΣX_t^2	r_{hitung}	r_{tabel}
1	126	536	22270	6.80	119.20	6380.80	0.572	0.361
2	121	495	21394	6.97	122.20	6380.80	0.580	0.361
3	119	489	21095	16.97	174.80	6380.80	0.531	0.361
4	126	536	22151	6.80	0.20	6380.80	0.001	0.361
5	116	458	20523	9.47	130.20	6380.80	0.530	0.361
6	121	495	21394	6.97	122.20	6380.80	0.580	0.361
7	109	405	19198	8.97	35.80	6380.80	0.150	0.361
8	121	495	21394	6.97	122.20	6380.80	0.580	0.361
9	124	524	21929	11.47	129.80	6380.80	0.480	0.361
10	126	540	22257	10.80	106.20	6380.80	0.405	0.361
11	121	495	21394	6.97	122.20	6380.80	0.580	0.361
12	121	495	21394	6.97	122.20	6380.80	0.580	0.361
13	119	489	21095	16.97	174.80	6380.80	0.531	0.361
14	114	454	20188	20.80	146.80	6380.80	0.403	0.361
15	126	540	22257	10.80	106.20	6380.80	0.405	0.361
16	119	479	21031	6.97	110.80	6380.80	0.526	0.361
17	110	420	19390	16.67	52.00	6380.80	0.159	0.361
18	126	536	22270	6.80	119.20	6380.80	0.572	0.361
19	121	501	21362	12.97	90.20	6380.80	0.314	0.361
20	110	434	19586	30.67	248.00	6380.80	0.561	0.361
21	124	518	21868	5.47	68.80	6380.80	0.368	0.361
22	116	458	20490	9.47	97.20	6380.80	0.395	0.361
23	116	458	20523	9.47	130.20	6380.80	0.530	0.361
24	121	491	21354	2.97	82.20	6380.80	0.597	0.361
25	124	518	21900	5.47	100.80	6380.80	0.540	0.361
26	112	424	19699	5.87	9.40	6380.80	0.049	0.361
27	124	524	21956	11.47	156.80	6380.80	0.580	0.361
28	96	320	16870	12.80	-6.80	6380.80	-0.024	0.361
29	116	458	20490	9.47	97.20	6380.80	0.395	0.361
30	126	540	22257	10.80	106.20	6380.80	0.405	0.361
31	114	454	20188	20.80	146.80	6380.80	0.403	0.361
32	126	540	22257	10.80	106.20	6380.80	0.405	0.361
33	116	456	20513	7.47	120.20	6380.80	0.551	0.361
34	119	479	21031	6.97	110.80	6380.80	0.526	0.361
35	124	524	21956	11.47	156.80	6380.80	0.580	0.361
36	124	524	21956	11.47	156.80	6380.80	0.580	0.361
37	119	489	21095	16.97	174.80	6380.80	0.531	0.361
38	107	391	18798	9.37	-12.60	6380.80	-0.052	0.361
39	110	434	19586	30.67	248.00	6380.80	0.561	0.361
40	121	495	21394	6.97	122.20	6380.80	0.580	0.361
41	126	536	22270	6.80	119.20	6380.80	0.572	0.361
42	114	446	20028	12.80	-13.20	6380.80	-0.046	0.361

[illegible]

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS
VARIABEL X (KUALITAS PELAYANAN)**

No. Butir	ΣX_i	ΣX_i^2	$\Sigma X_i \cdot X_i$	Σx_i^2	$\Sigma x_i \cdot x_i$	Σx_i^2	r_{hitung}
1	126	536	18487	6.80	116.20	6350.80	0.559
2	121	495	17768	6.97	126.20	6350.80	0.600
3	119	489	17520	16.97	169.80	6350.80	0.517
4	116	458	17041	9.47	128.20	6350.80	0.523
5	121	495	17768	6.97	126.20	6350.80	0.600
6	121	495	17768	6.97	126.20	6350.80	0.600
7	124	524	18209	11.47	129.80	6350.80	0.481
8	126	540	18474	10.80	103.20	6350.80	0.394
9	121	495	17768	6.97	126.20	6350.80	0.600
10	121	495	17768	6.97	126.20	6350.80	0.600
11	119	489	17520	16.97	169.80	6350.80	0.517
12	114	454	16762	20.80	140.80	6350.80	0.387
13	126	540	18474	10.80	103.20	6350.80	0.394
14	119	479	17459	6.97	108.80	6350.80	0.517
15	126	536	18487	6.80	116.20	6350.80	0.559
16	110	434	16281	30.67	243.00	6350.80	0.551
17	124	518	18180	5.47	100.80	6350.80	0.541
18	116	458	17012	9.47	99.20	6350.80	0.405
19	116	458	17041	9.47	128.20	6350.80	0.523
20	121	491	17722	2.97	80.20	6350.80	0.584
21	124	518	18180	5.47	100.80	6350.80	0.541
22	124	524	18235	11.47	155.80	6350.80	0.577
23	116	458	17041	9.47	128.20	6350.80	0.523
24	126	540	18474	10.80	103.20	6350.80	0.394
25	114	454	16762	20.80	140.80	6350.80	0.387
26	126	540	18474	10.80	103.20	6350.80	0.394
27	116	456	17029	7.47	116.20	6350.80	0.534
28	119	479	17459	6.97	108.80	6350.80	0.517
29	124	524	18235	11.47	155.80	6350.80	0.577
30	124	524	18235	11.47	155.80	6350.80	0.577
31	119	489	17520	16.97	169.80	6350.80	0.517
32	110	434	16281	30.67	243.00	6350.80	0.551
33	121	495	17768	6.97	126.20	6350.80	0.600
34	126	536	18487	6.80	116.20	6350.80	0.559
35	124	518	18180	5.47	100.80	6350.80	0.541
36	119	481	17466	8.97	115.80	6350.80	0.485

**PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS
VARIABEL X (KUALITAS PELAYANAN)**

No.	Varians
1	0.23
2	0.23
3	0.57
4	0.32
5	0.23
6	0.23
7	0.38
8	0.36
9	0.23
10	0.23
11	0.57
12	0.69
13	0.36
14	0.23
15	0.23
16	1.02
17	0.18
18	0.32
19	0.32
20	0.10
21	0.18
22	0.38
23	0.32
24	0.36
25	0.69
26	0.36
27	0.25
28	0.23
29	0.38
30	0.38
31	0.57
32	1.02
33	0.23
34	0.23
35	0.18
36	0.23
ΣSi²	13.02

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus (Cont

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{536 - \frac{126^2}{30}}{30} = 0.23$$

2. Menghitung varians total

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2 - \frac{(\sum Xt)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{644080 - \frac{4374^2}{30}}{30} = 211.69$$

3. Menghitung Reabilitas

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

$$= \frac{36}{36-1} \left(1 - \frac{13.02}{211.69} \right)$$

$$= 0.965$$

Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa r_{ii} termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang sangat tinggi**

DATA MENTAH VARIABEL Y
KEPUASAN PELANGGAN

No. Resp.	No. Item																										Y _i	Y _i ²	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26			
1	2	4	5	3	4	5	4	3	4	2	3	4	4	5	3	5	4	3	4	2	3	5	4	5	5	4	99	9801	
2	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	119	14161	
3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	2	3	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	110	12100	
4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	5	5	3	4	3	5	3	3	3	4	5	5	5	105	11025	
5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	5	5	3	5	4	4	5	5	3	5	3	4	5	5	5	4	5	115	13225	
6	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	119	14161	
7	4	4	5	5	3	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	116	13456	
8	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	118	13924	
9	5	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	97	9409	
10	4	4	5	4	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	114	12996	
11	4	4	4	5	5	5	3	3	5	4	3	5	4	4	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	113	12769	
12	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	99	9801	
13	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	115	13225	
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	127	16129	
15	2	3	4	4	3	2	5	5	3	2	5	3	2	2	4	5	2	5	3	5	3	5	4	5	2	4	4	92	8464
16	2	2	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	5	5	5	4	2	4	5	5	4	5	4	92	8464	
17	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	5	2	4	5	5	3	3	5	4	5	5	4	3	5	99	9801	
18	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	100	10000	
19	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	5	107	11449	
20	4	4	4	3	4	4	3	3	5	3	3	5	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	98	9604	
21	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	98	9604	
22	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	2	113	12769
23	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	3	116	13456	
24	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	108	11664	
25	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	108	11664	
26	5	5	5	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	104	10816	
27	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	109	11881
28	4	4	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	103	10609	
29	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	123	15129	
30	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105	11025	
31	5	4	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	105	11025	
32	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	106	11236	
33	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	5	3	5	4	3	4	5	4	3	4	4	4	3	106	11236	
34	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	109	11881	
35	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	114	12996	
36	3	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3	116	13456	
37	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	108	11664	
38	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	126	15876	
39	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	3	5	100	10000	
40	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	108	11664	
Σ	161	165	173	168	165	171	163	166	165	159	168	164	164	155	167	177	174	171	164	167	163	177	172	175	167	158	4339	473615	

DATA MENTAH
VARIABEL X (KUALITAS PELAYANAN)
DAN VARIABEL Y (KEPUASAN PELANGGAN)

NO	VARIABEL X	VARIABEL Y
1	154	99
2	161	119
3	156	110
4	158	105
5	172	115
6	143	119
7	152	116
8	145	118
9	147	97
10	149	114
11	169	113
12	145	99
13	161	115
14	173	127
15	149	92
16	145	92
17	151	99
18	126	100
19	136	107
20	165	98
21	159	98
22	157	113
23	157	116
24	149	108
25	153	108
26	158	104
27	153	109
28	157	103
29	162	123
30	154	105
31	142	105
32	145	106
33	155	106
34	150	109
35	159	114
36	153	116
37	152	108
38	171	126
39	134	100
40	156	108
JUMLAH	6133	4339

Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian

No. Resp	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	154	99	23716	9801	15246
2	161	119	25921	14161	19159
3	156	110	24336	12100	17160
4	158	105	24964	11025	16590
5	172	115	29584	13225	19780
6	143	119	20449	14161	17017
7	152	116	23104	13456	17632
8	145	118	21025	13924	17110
9	147	97	21609	9409	14259
10	149	114	22201	12996	16986
11	169	113	28561	12769	19097
12	145	99	21025	9801	14355
13	161	115	25921	13225	18515
14	173	127	29929	16129	21971
15	149	92	22201	8464	13708
16	145	92	21025	8464	13340
17	151	99	22801	9801	14949
18	126	100	15876	10000	12600
19	136	107	18496	11449	14552
20	165	98	27225	9604	16170
21	159	98	25281	9604	15582
22	157	113	24649	12769	17741
23	157	116	24649	13456	18212
24	149	108	22201	11664	16092
25	153	108	23409	11664	16524
26	158	104	24964	10816	16432
27	153	109	23409	11881	16677
28	157	103	24649	10609	16171
29	162	123	26244	15129	19926
30	154	105	23716	11025	16170
31	142	105	20164	11025	14910
32	145	106	21025	11236	15370
33	155	106	24025	11236	16430
34	150	109	22500	11881	16350
35	159	114	25281	12996	18126
36	153	116	23409	13456	17748
37	152	108	23104	11664	16416
38	171	126	29241	15876	21546
39	134	100	17956	10000	13400
40	156	108	24336	11664	16848
Jumlah	6133	4339	944181	473615	666867

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA,
VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU, VARIABEL X DAN Y**

No.	X	Y	$X - \bar{X}$	$Y - \bar{Y}$	$(X - \bar{X})^2$	$(Y - \bar{Y})^2$
1	154	99	0.68	-9.47	0.46	89.78
2	161	119	7.68	10.53	58.91	110.78
3	156	110	2.68	1.53	7.16	2.33
4	158	105	4.68	-3.47	21.86	12.08
5	172	115	18.68	6.53	348.76	42.58
6	143	119	-10.33	10.53	106.61	110.78
7	152	116	-1.32	7.53	1.76	56.63
8	145	118	-8.32	9.53	69.31	90.73
9	147	97	-6.32	-11.48	40.01	131.68
10	149	114	-4.32	5.53	18.71	30.53
11	169	113	15.68	4.53	245.71	20.48
12	145	99	-8.32	-9.47	69.31	89.78
13	161	115	7.68	6.53	58.91	42.58
14	173	127	19.68	18.53	387.11	343.18
15	149	92	-4.32	-16.48	18.71	271.43
16	145	92	-8.32	-16.48	69.31	271.43
17	151	99	-2.32	-9.47	5.41	89.78
18	126	100	-27.33	-8.47	746.66	71.83
19	136	107	-17.33	-1.47	300.16	2.18
20	165	98	11.68	-10.48	136.31	109.73
21	159	98	5.68	-10.48	32.21	109.73
22	157	113	3.68	4.53	13.51	20.48
23	157	116	3.68	7.53	13.51	56.63
24	149	108	-4.32	-0.47	18.71	0.23
25	153	108	-0.32	-0.47	0.11	0.23
26	158	104	4.68	-4.47	21.86	20.03
27	153	109	-0.32	0.53	0.11	0.28
28	157	103	3.68	-5.47	13.51	29.98
29	162	123	8.68	14.53	75.26	210.98
30	154	105	0.68	-3.47	0.46	12.08
31	142	105	-11.33	-3.47	128.26	12.08
32	145	106	-8.32	-2.47	69.31	6.13
33	155	106	1.68	-2.47	2.81	6.13
34	150	109	-3.32	0.53	11.06	0.28
35	159	114	5.68	5.53	32.21	30.53
36	153	116	-0.32	7.53	0.11	56.63
37	152	108	-1.32	-0.47	1.76	0.23
38	171	126	17.68	17.53	312.41	307.13
39	134	100	-19.33	-8.47	373.46	71.83
40	156	108	2.68	-0.47	7.16	0.23
Jumlah	6133	4339			3838.78	2941.98

PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU**1. Rata-rata (X)**

$$\begin{aligned}
 \bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} \\
 &= \frac{6133}{40} \\
 &= 153.33
 \end{aligned}$$

2. Varians (X)

$$\begin{aligned}
 S^2 &= \frac{\Sigma(X-\bar{X})^2}{n-1} \\
 &= \frac{3838.78}{39} \\
 &= 98.43
 \end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (X)

$$\begin{aligned}
 S &= \sqrt{S^2} \\
 &= \sqrt{98.43} \\
 &= 9.92
 \end{aligned}$$

1. Rata-rata (Y)

$$\begin{aligned}
 \bar{Y} &= \frac{\Sigma Y}{n} \\
 &= \frac{4339}{40} \\
 &= 108.48
 \end{aligned}$$

2. Varians (Y)

$$\begin{aligned}
 S^2 &= \frac{\Sigma(Y-\bar{Y})^2}{n-1} \\
 &= \frac{2941.98}{39} \\
 &= 75.44
 \end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (Y)

$$\begin{aligned}
 S &= \sqrt{S^2} \\
 &= \sqrt{75.44} \\
 &= 8.69
 \end{aligned}$$

Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram KUALITAS PELAYANAN

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned}\text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 173 - 126 \\ &= 47\end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

$$\begin{aligned}K &= 1 + (3.3) \log n \\ &= 1 + (3.3) \log 40 \\ &= 1 + (3.3) \cdot 1.602060 \\ &= 1 + 5.2868 \\ &= 6.39 \text{ (ditetapkan menjadi } 6 \text{)}\end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned}P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{47}{6} = 7.833333333 \text{ (dibulatkan menjadi 8)}\end{aligned}$$

Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
126 - 133	125.5	133.5	1	2.5%
134 - 141	133.5	141.5	2	5.0%
142 - 149	141.5	149.5	10	25.0%
150 - 157	149.5	157.5	15	37.5%
158 - 165	157.5	165.5	8	20.0%
167 - 175	166.5	175.5	4	10.0%
Jumlah			40	100%

Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram KEPUASAN PELANGGAN

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned}\text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 127 - 92 \\ &= 35\end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

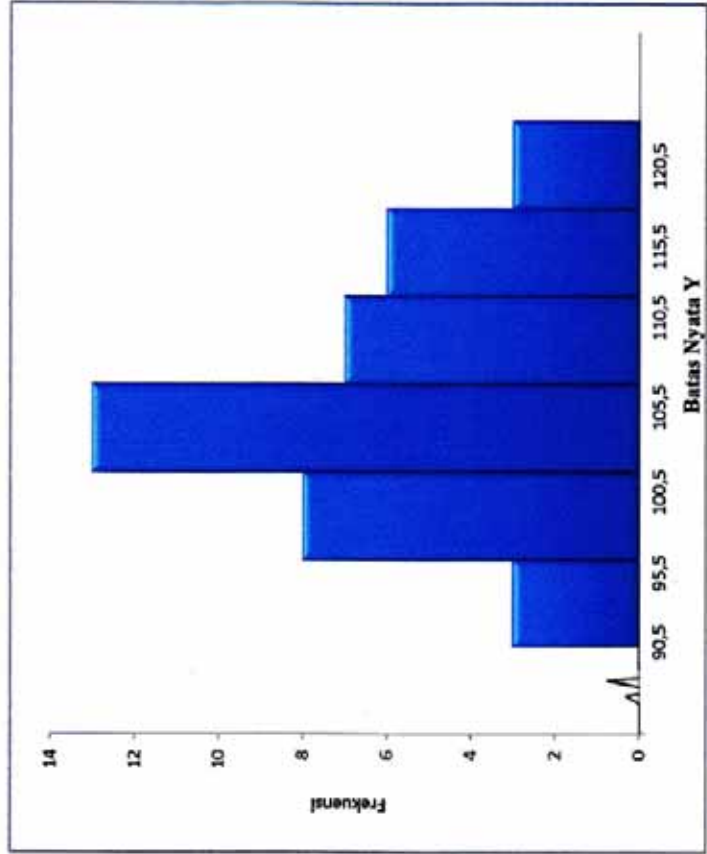
$$\begin{aligned}K &= 1 + (3.3) \text{ Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 40 \\ &= 1 + (3.3) \cdot 1.6 \\ &= 1 + 5.2868 \\ &= 6.39 \text{ (ditetapkan menjadi } 6 \text{)}\end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval

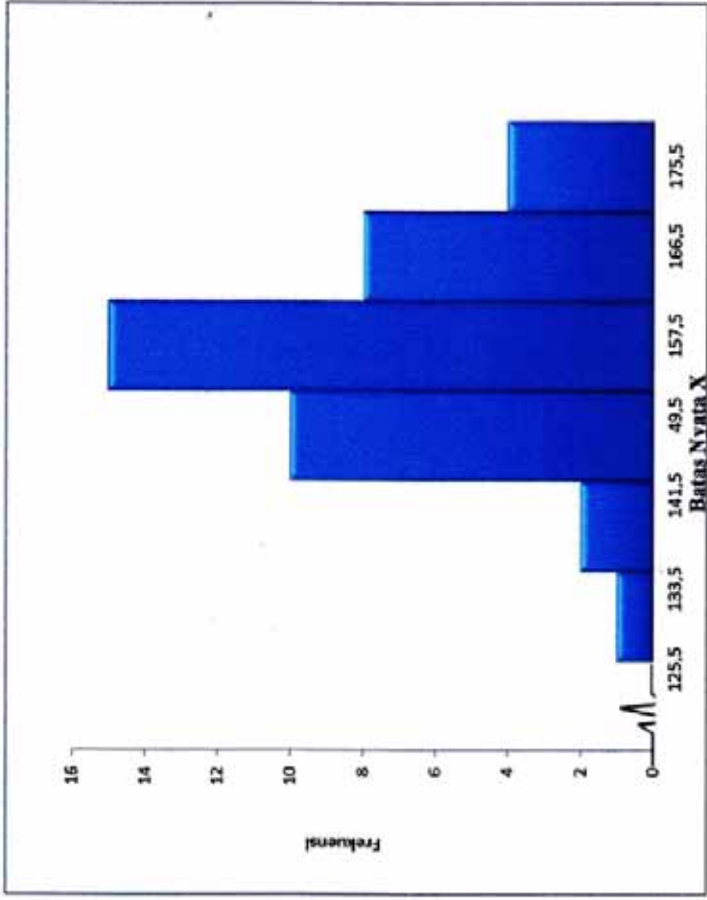
$$\begin{aligned}P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{35}{6} = 5.83 \text{ (dibulatkan menjadi } 6 \text{)}\end{aligned}$$

Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
92 - 97	91.5	97.5	3	7.5%
98 - 103	97.5	103.5	8	20.0%
104 - 109	103.5	109.5	13	32.5%
110 - 115	109.5	115.5	7	17.5%
116 - 121	115.5	121.5	6	15.0%
122 - 127	121.5	127.5	3	7.5%
Jumlah			40	100%

**GRAFIK HISTOGRAM
VARIABEL Y (KEPUASAN PELANGGAN)**



**GRAFIK HISTOGRAM
VARIABEL X (KUALITAS PELAYANAN)**



PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI LINEAR SEDERHANA

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\begin{aligned} n &= 40 \\ \Sigma XY &= 666867 \\ \Sigma X &= 6133 \\ \Sigma Y &= 4339 \end{aligned}$$

$$\Sigma X^2 = 944181$$

$$\Sigma Y^2 = 473615$$

$$\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{4339}{40} = 108.48$$

$$\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} = \frac{6133}{40} = 153.33$$

$$\begin{aligned} \Sigma x^2 &= \Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n} \\ &= 944181 - \frac{37613689}{40} \\ &= 3838.78 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \Sigma xy &= \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n} \\ &= 666867 - \frac{26611087}{40} \\ &= 1589.82 \end{aligned}$$

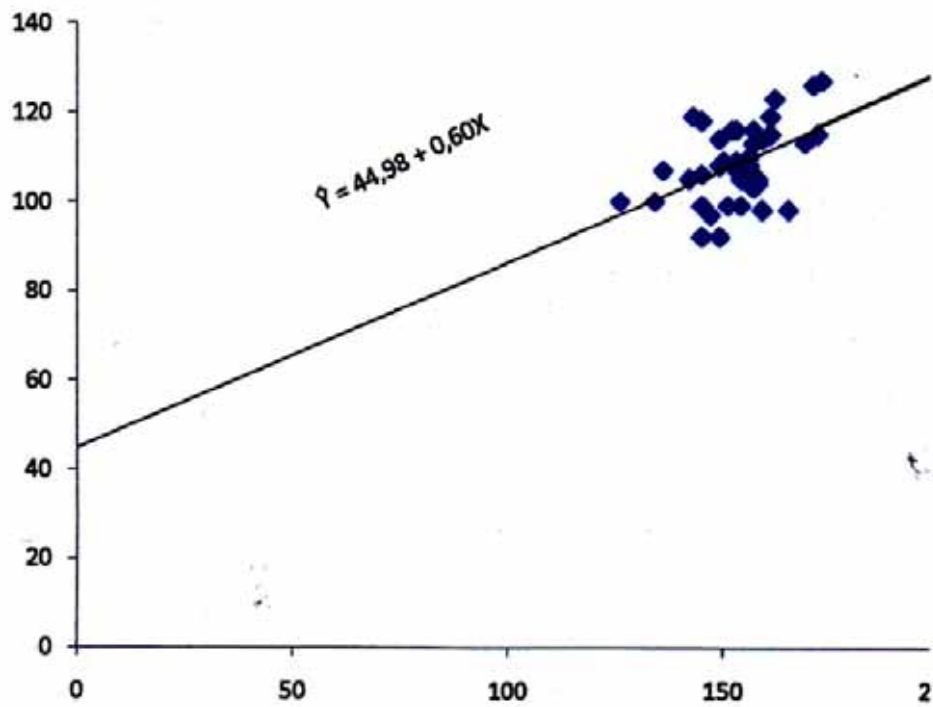
$$\begin{aligned} \Sigma y^2 &= \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= 473615 - \frac{18826921}{40} \\ &= 2941.97 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} b &= \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2} \\ &= \frac{1589.825}{3838.78} \\ &= 0.4141 \\ &= 0.6 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} a &= \bar{Y} - b\bar{X} \\ &= 108.48 - (0.41 \times 153.33) \\ &= 44.98 \end{aligned}$$

Jadi Persamaan Regresi adalah $\hat{Y} = 44.98 + 0.60 X$

GRAFIK PERSAMAAN REGRESI



Tabel Untuk Menghitung $\hat{Y} = a + bX$

n	X	$\hat{Y} = 44,98 + 0,60X$				\hat{Y}
1	154	44.98	+	0.60	154	137.38
2	161	44.98	+	0.60	161	141.58
3	156	44.98	+	0.60	156	138.58
4	158	44.98	+	0.60	158	139.78
5	172	44.98	+	0.60	172	148.18
6	143	44.98	+	0.60	143	130.78
7	152	44.98	+	0.60	152	136.18
8	145	44.98	+	0.60	145	131.98
9	147	44.98	+	0.60	147	133.18
10	149	44.98	+	0.60	149	134.38
11	169	44.98	+	0.60	169	146.38
12	145	44.98	+	0.60	145	131.98
13	161	44.98	+	0.60	161	141.58
14	173	44.98	+	0.60	173	148.78
15	149	44.98	+	0.60	149	134.38
16	145	44.98	+	0.60	145	131.98
17	151	44.98	+	0.60	151	135.58
18	126	44.98	+	0.60	126	120.58
19	136	44.98	+	0.60	136	126.58
20	165	44.98	+	0.60	165	143.98
21	159	44.98	+	0.60	159	140.38
22	157	44.98	+	0.60	157	139.18
23	157	44.98	+	0.60	157	139.18
24	149	44.98	+	0.60	149	134.38
25	153	44.98	+	0.60	153	136.78
26	158	44.98	+	0.60	158	139.78
27	153	44.98	+	0.60	153	136.78
28	157	44.98	+	0.60	157	139.18
29	162	44.98	+	0.60	162	142.18
30	154	44.98	+	0.60	154	137.38
31	142	44.98	+	0.60	142	130.18
32	145	44.98	+	0.60	145	131.98
33	155	44.98	+	0.60	155	137.98
34	150	44.98	+	0.60	150	134.98
35	159	44.98	+	0.60	159	140.38
36	153	44.98	+	0.60	153	136.78
37	152	44.98	+	0.60	152	136.18
38	171	44.98	+	0.60	171	147.58
39	134	44.98	+	0.60	134	125.38
40	156	44.98	+	0.60	156	138.58

TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU
REGRESI $\hat{Y} = 44,98 + 0,60X$

No	X	Y	\hat{Y}	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \bar{\hat{Y}})$	$[(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \bar{\hat{Y}})]^2$
1	126	100	120.58	-20.58	7.92	62.73
2	134	100	125.38	-25.38	3.12	9.73
3	136	107	126.58	-19.58	8.92	79.57
4	142	105	130.18	-25.18	3.32	11.02
5	143	119	130.78	-11.78	16.72	279.56
6	145	118	131.98	-13.98	14.52	210.83
7	145	99	131.98	-32.98	-4.48	20.07
8	145	92	131.98	-39.98	-11.48	131.79
9	145	106	131.98	-25.98	2.52	6.35
10	147	97	133.18	-36.18	-7.68	58.98
11	149	114	134.38	-20.38	8.12	65.93
12	149	92	134.38	-42.38	-13.88	192.65
13	149	108	134.38	-26.38	2.12	4.49
14	150	109	134.98	-25.98	2.52	6.35
15	151	99	135.58	-36.58	-8.08	65.29
16	152	116	136.18	-20.18	8.32	69.22
17	152	108	136.18	-28.18	0.32	0.10
18	153	108	136.78	-28.78	-0.28	0.08
19	153	109	136.78	-27.78	0.72	0.52
20	153	116	136.78	-20.78	7.72	59.60
21	154	99	137.38	-38.38	-9.88	97.61
22	154	105	137.38	-32.38	-3.88	15.05
23	155	106	137.98	-31.98	-3.48	12.11
24	156	110	138.58	-28.58	-0.08	0.01
25	156	108	138.58	-30.58	-2.08	4.33
26	157	113	139.18	-26.18	2.32	5.38
27	157	116	139.18	-23.18	5.32	28.30
28	157	103	139.18	-36.18	-7.68	58.98
29	158	105	139.78	-34.78	-6.28	39.44
30	158	104	139.78	-35.78	-7.28	53.00
31	159	98	140.38	-42.38	-13.88	192.65
32	159	114	140.38	-26.38	2.12	4.49
33	161	119	141.58	-22.58	5.92	35.05
34	161	115	141.58	-26.58	1.92	3.69
35	162	123	142.18	-19.18	9.32	86.86
36	165	98	143.98	-45.98	-17.48	305.55
37	169	113	146.38	-33.38	-4.88	23.81
38	171	126	147.58	-21.58	6.92	47.89
39	172	115	148.18	-33.18	-4.68	21.90
40	173	127	148.78	-21.78	6.72	45.16
Jumlah	6133	4339		-1139.82		2416.14

PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIAN, SIMPANGAN BAKU

$$\text{REGRESI } \hat{Y} = 44,98 + 0,60X$$

$$\begin{aligned} 1. \text{ Rata-rata} = \overline{Y - \hat{Y}} &= \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})}{n} \\ &= \frac{-1139,82}{40} \\ &= -28,496 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 2. \text{ Varians} = S^2 &= \frac{\Sigma\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}^2}{n - 1} \\ &= \frac{2416,14}{39} \\ &= 61,95 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 3. \text{ Simpangan Baku} = S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{61,95} \\ &= 7,87 \end{aligned}$$

PERHITUNGAN NORMALITAS GALAT TAKSIRAN Y ATAS X
REGRESI $\hat{Y} = 44,98 + 0,60X$

No.	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \bar{\hat{Y}})$	Z_i	Z_t	$F(z_i)$	$S(z_i)$	$ F(z_i) - S(z_i) $
1	-45.98	-17.48	-2.221	0.4868	0.013	0.0250	0.0118
2	-42.38	-13.88	-1.763	0.4608	0.039	0.0500	0.0108
3	-42.38	-13.88	-1.763	0.4608	0.039	0.0750	0.0358
4	-39.98	-11.48	-1.459	0.4265	0.074	0.1000	0.0265
5	-38.38	-9.88	-1.255	0.3944	0.106	0.1250	0.0194
6	-36.58	-8.08	-1.027	0.3461	0.154	0.1500	0.0039
7	-36.18	-7.68	-0.976	0.3340	0.166	0.1750	0.0090
8	-36.18	-7.68	-0.976	0.3340	0.166	0.2000	0.0340
9	-35.78	-7.28	-0.925	0.3212	0.179	0.2250	0.0462
10	-34.78	-6.28	-0.798	0.2852	0.215	0.2500	0.0352
11	-33.38	-4.88	-0.620	0.2291	0.271	0.2750	0.0041
12	-33.18	-4.68	-0.595	0.2224	0.278	0.3000	0.0224
13	-32.98	-4.48	-0.569	0.2123	0.288	0.3250	0.0373
14	-32.38	-3.88	-0.493	0.1879	0.312	0.3500	0.0379
15	-31.98	-3.48	-0.442	0.1700	0.330	0.3750	0.0450
16	-30.58	-2.08	-0.264	0.1026	0.397	0.4000	0.0026
17	-28.78	-0.28	-0.036	0.0120	0.488	0.4250	0.0630
18	-28.58	-0.08	-0.010	0.0040	0.496	0.4500	0.0460
19	-28.18	0.32	0.041	0.0160	0.516	0.4750	0.0410
20	-27.78	0.72	0.091	0.0359	0.536	0.5000	0.0359
21	-26.58	1.92	0.244	0.0948	0.595	0.5250	0.0698
22	-26.38	2.12	0.269	0.1026	0.603	0.5500	0.0526
23	-26.38	2.12	0.269	0.1026	0.603	0.5750	0.0276
24	-26.18	2.32	0.295	0.1141	0.614	0.6000	0.0141
25	-25.98	2.52	0.320	0.1255	0.626	0.6250	0.0005
26	-25.98	2.52	0.320	0.1255	0.626	0.6500	0.0245
27	-25.38	3.12	0.396	0.1517	0.652	0.6750	0.0233
28	-25.18	3.32	0.422	0.1628	0.663	0.7000	0.0372
29	-23.18	5.32	0.676	0.2486	0.749	0.7250	0.0236
30	-22.58	5.92	0.752	0.2734	0.773	0.7500	0.0234
31	-21.78	6.72	0.854	0.3023	0.802	0.7750	0.0273
32	-21.58	6.92	0.879	0.3078	0.808	0.8000	0.0078
33	-20.78	7.72	0.981	0.3365	0.837	0.8250	0.0115
34	-20.58	7.92	1.006	0.3413	0.841	0.8500	0.0087
35	-20.38	8.12	1.032	0.3485	0.849	0.8750	0.0265
36	-20.18	8.32	1.057	0.3531	0.853	0.9000	0.0469
37	-19.58	8.92	1.133	0.3708	0.871	0.9250	0.0542
38	-19.18	9.32	1.184	0.3810	0.881	0.9500	0.0690
39	-13.98	14.52	1.845	0.4671	0.967	0.9750	0.0079
40	-11.78	16.72	2.124	0.4830	0.983	1.0000	0.0170

Dari perhitungan, didapat nilai L_{hitung} terbesar = 0.0698 L_{tabel} untuk $n = 40$ dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,1401. $L_{hitung} < L_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan data berdistribusi Normal.

LANGKAH PERHITUNGAN UJI NORMALITAS GALAT TAKSIRAN
REGRESI $\hat{Y} = 44,98 + 0,60X$

Disertai contoh perhitungan untuk no. 1 (pada tabel normalitas)

1. Kolom $Y - \hat{Y}$

Data diurutkan dari data yang terkecil sampai yang terbesar

2. Kolom $(Y - \hat{Y}) - (\overline{Y - \hat{Y}})$

Mengikuti kolom $Y - \hat{Y}$

3. Kolom Z_i untuk $i = 1$

$$Z_i = \frac{\{(Y - \hat{Y}) - (\overline{Y - \hat{Y}})\}}{S} = \frac{-17.48}{7.87} = -2.22081$$

4. Kolom Z_t

Nilai Z_t dikonsultasikan pada daftar F, misalnya :

Cari -2.22 diperoleh $Z_t = 0.4868$

Untuk $Z_i = -2.2208$, maka $F(z_i) = 0.5 - 0.4868 = 0.0132$

5. Kolom $F(z_i)$

Jika Z_i negatif, maka $F(z_i) = 0,5 - Z_t$

Jika Z_i positif, maka $F(z_i) = 0,5 + Z_t$

6. Kolom $S(z_i) = \frac{\text{Nomor Responden}}{\text{Jumlah Responden}}$

$$\text{Kolom } S(z_i) = \frac{1}{40} = 0.0250$$

7. Kolom $|F(z_i) - S(z_i)|$

Nilai mutlak antara $F(z_i) - S(z_i)$

$$= |0.0132 - 0.0250| = 0.0118$$

Merupakan harga mutlak dan selisih $F(Z_i)$ dan $S(Z_i)$

PERHITUNGAN JK (G)

No.	K	n	X	Y	Y ²	XY	ΣY^2	(ΣY)	(ΣY) ²	$\frac{(\Sigma Y)^2}{nK}$	$\left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{nK} \right\}$
1	I	1	126	100	10000	12600					
2	II	1	134	100	10000	13400					
3	III	1	136	107	11449	14552					
4	IV	1	142	105	11025	14910					
5	V	1	143	119	14161	17017					
6	VI	4	145	118	13924	17110	43425	415	172225	43,056.25	368.75
7			145	99	9801	14355					
8			145	92	8464	13340					
9			145	106	11236	15370					
10	VII	1	147	97	9409	14259					
11	VIII	3	149	114	12996	16986	33124	314	98596	32,865.33	258.67
12			149	92	8464	13708					
13			149	108	11664	16092					
14	IX	1	150	109	11881	16350					
15	X	1	151	99	9801	14949					
16	XI	2	152	116	13456	17632	25120	224	50176	25,088.00	32.00
17			152	108	11664	16416					
18	XII	3	153	108	11664	16524	37001	333	110889	36,963.00	38.00
19			153	109	11881	16677					
20			153	116	13456	17748					
21	XIII	2	154	99	9801	15246	20826	204	41616	20,808.00	18.00
22			154	105	11025	16170					
23	XIV	1	155	106	11236	16430					
24	XV	2	156	110	12100	17160	23764	218	47524	23,762.00	2.00
25			156	108	11664	16848					
26	XVI	3	157	113	12769	17741	36834	332	110224	36,741.33	92.67
27			157	116	13456	18212					
28			157	103	10609	16171					
29	XVII	2	158	105	11025	16590	21841	209	43681	21,840.50	0.50
30			158	104	10816	16432					
31	XVIII	2	159	98	9604	15582	22600	212	44944	22,472.00	128.00
32			159	114	12996	18126					
33	XIX	2	161	119	14161	19159	27386	234	54756	27,378.00	8.00
34			161	115	13225	18515					
35	XX	1	162	123	15129	19926					
36	XXI	1	165	98	9604	16170					
37	XXII	1	169	113	12769	19097					
38	XXIV	1	171	126	15876	21546					
39	XXV	1	172	115	13225	19780					
40	XXVI	1	173	127	16129	21971					
Σ	26	40	6133	4339	473615	666867					946.58

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Total JK (T)

$$\begin{aligned} JK(T) &= \Sigma Y^2 \\ &= 473615 \end{aligned}$$

2. Mencari jumlah kuadrat regresi a JK (a)

$$\begin{aligned} JK(a) &= \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= \frac{4339^2}{40} \\ &= 470673.03 \end{aligned}$$

3. Mencari jumlah kuadrat regresi b JK (b/a)

$$\begin{aligned} JK(b/a) &= b \cdot \Sigma xy \\ &= 0.600 \times 1589.825 \\ &= 953.89 \end{aligned}$$

4. Mencari jumlah kuadrat residu JK (S)

$$\begin{aligned} JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b/a) \\ &= 473615 - 470673.03 - 953.89 \\ &= 1988.08 \end{aligned}$$

5. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} dk_{(T)} &= n = 40 \\ dk_{(a)} &= 1 \\ dk_{(b/a)} &= 1 \\ dk_{(res)} &= n - 2 = 38 \end{aligned}$$

6. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat

$$\begin{aligned} RJK_{(b/a)} &= \frac{JK_{(b/a)}}{dk_{(b/a)}} = \frac{953.89}{1} = 953.89 \\ RJK_{(res)} &= \frac{JK_{(res)}}{dk_{(res)}} = \frac{1988.08}{38} = 52.32 \end{aligned}$$

7. Kriteria Pengujian

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi tidak berarti

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi berarti

8. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(b/a)}}{RJK_{(res)}} = \frac{953.89}{52.32} = 18.23$$

9. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 18.23$

Berdasarkan taraf signifikan 0.05, pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut $n-2 = 40-2 = 38$ dihasilkan F_{tabel} sebesar 4,10

sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah **signifikan**

PERHITUNGAN UJI KELINIERAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Error JK (G)

$$JK(G) = \sum \left\{ \sum Y_k^2 - \frac{\sum Y_k^2}{n_k} \right\}$$

$$= 946.58 \text{ (Lihat tabel Perhitungan JK } G_{(galat)})$$

2. Mencari Jumlah Kuadrat Tuna cocok JK (TC)

$$JK(TC) = JK(S) - JK(G)$$

$$= 1988.08 - 946.58$$

$$= 1041.50$$

3. Mencari Derajat Kebebasan

$$k = 26$$

$$dk_{(TC)} = k - 2 = 24$$

$$dk_{(G)} = n - k = 14$$

4. Mencari rata-rata jumlah kuadrat

$$RJK_{(TC)} = \frac{1041.50}{24} = 43.40$$

$$RJK_{(G)} = \frac{946.58}{14} = 67.61$$

5. Kriteria Pengujian

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi tidak linier

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi linier

6. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(TC)}}{RJK_{(G)}} = \frac{43.40}{67.61} = 0.64$$

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 0.64$

Berdasarkan taraf signifikan 0,05, pada tabel distribusi F dengan

Menggunakan dk pembilang 24 dan dk penyebut 14 dihasilkan F_{tabel} sebesar = 2,13 sehingga $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah linier

TABEL ANAVA UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN UJI KELINIERAN REGRESI

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F_{hitung}	F_{tabel}
Total	n	ΣY^2			
Regresi (a)	1	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$		$\frac{RJK(b/a)}{RJK(res)}$	Fo > Ft Maka regresi Berarti
Regresi (b/a)	1	b . Σxy	$\frac{b \cdot \Sigma xy}{1}$		
Residu	n - 2	Jk (S)	$\frac{JK(S)}{n-2}$		
Tuna Cocok	k - 2	JK (TC)	$\frac{JK (TC)}{k-2}$	$\frac{RJK(TC)}{RJK(G)}$	Fo < Ft Maka Regresi Linier
Galat Kekeliruan	n - k	JK (G)	$\frac{JK (G)}{n - k}$		

Keterangan : ^{a)} Persamaan regresi berarti karena $F_{hitung} > F_{tabel}$

^{ns)} Persamaan regresi linear karena $F_{hitung} < F_{tabel}$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F_{hitung}	F_{tabel}
Total	40	473615			
Regresi (a)	1	470673.03			
Regresi (b/a)	1	953.89	953.89	18.23	4.10
Residu	38	1988.08	52.32		
Tuna Cocok	24	1041.50	43.40	0.64 ns)	2.13
Galat Kekeliruan	14	946.58	67.61		

Keterangan : ^{a)} Persamaan regresi berarti karena $F_{hitung} (18,23) > F_{tabel} (4,10)$

^{ns)} Persamaan regresi linear karena $F_{hitung} (0,64) < F_{tabel} (2,13)$

PERHITUNGAN KOEFISIEN KORELASI PRODUCT MOMENT

Mencari Koefisien Korelasi dengan Rumus Product Moment

Diketahui :

$$\Sigma x^2 = 3838.775$$

$$\Sigma y^2 = 2941.975$$

$$\Sigma xy = 1589.825$$

$$r_{xy} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{\Sigma x^2 \cdot \Sigma y^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{1589.82}{\sqrt{3838.78 \cdot 2942.0}}$$

$$r_{xy} = \frac{1589.82}{3360.5922}$$

$$r_{xy} = 0.473$$

Kesimpulan :

Pada perhitungan product moment di atas diperoleh $r_{hitung}(r_{xy}) = 0.473$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang **positif** antara variabel X terhadap variabel Y.

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN KOEFSIEN KORELASI (Uji-t)

Koefisien Korelasi Product Moment (Uji-t)

$$\begin{aligned}
 t_h &= \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0.473 \sqrt{38}}{\sqrt{1-0.224}} \\
 &= \frac{0.473 \times 6.16441}{\sqrt{0.776}} \\
 &= \frac{2.916}{0.881} \\
 &= 3.310
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk $(n-2) = (40-2) = 38$ sebesar 1,68

Kriteria pengujian :

H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.

H_0 diterima jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$.

Dari hasil pengujian :

$t_{\text{hitung}} [3.310] > t_{\text{tabel}} (1,68)$, maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y

PERHITUNGAN KOEFISIEN DETERMINASI

Untuk mencari seberapa besar variasi variabel Y yang ditentukan oleh variabel X, maka digunakan Koefisien Determinasi dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{xy}^2 \\ &= 0.473^2 \\ &= 0.2238 \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan sebesar 22,38%.

**SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL Y
KEPUASAN PELANGGAN**

SKOR SUB INDIKATOR =

$\frac{\text{Jumlah skor butir tiap soal sub indikator}}{\text{Banyaknya soal sub indikator}}$

Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Kemampuan	Ketepatan Waktu	4 Soal	$\frac{161+167+173+172}{4}$	14,41%
			= 168	
Keresponsifan	Ketanggapan	4 Soal	$\frac{165+177+171+167}{4}$	14,56%
			= 170	
Keyakinan	Pengertian Karyawan	6 Soal	$\frac{166+171+159+164+164+155}{6}$	13,88%
	Kesediaan karyawan dalam memberikan pelayanan	4 Soal	$\frac{167+168+177+165}{4}$	14,50%
			= 169	
Empati	Kemudahan mencapai target	4 Soal	$\frac{174+168+164+163}{4}$	14,33%
			= 167	
Berwujud	Kerapuhan seragam karyawan	2 Soal	$\frac{163+165}{2}$	14,05%
	Kebersihan seragam karyawan	2 Soal	$\frac{175+158}{2}$	14,26%
			= 167	
				100%

Dari hasil perhitungan, dimensi tujuan iklan dan ke 5 indikator tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang. Indikator dari keyakinan yaitu pengetahuan karyawan dan keahlian karyawan dalam memberikan pelayanan memiliki pengaruh yang paling besar dalam membentuk kepuasan pada pelanggan.

**SKOR DIMENSI DOMINAN VARIABEL X
KUALITAS PELAYANAN**

SKOR DIMENSI =

Jumlah skor butir tiap soal dimensi
Banyaknya soal dimensi

Dimensi	Indikator	sub indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Reliability	Terpercaya	Pelayanan yang sama untuk semua pelanggan	2 Soal	$\frac{172+167}{2}$	7.15%
		Simpatik	2 Soal	$\frac{173+171}{2}$	7.30%
Daya Tanggap	Pelayanan yang tepat	Penyampaian informasi yang jelas	2 Soal	$\frac{174+170}{2}$	7.26%
Jaminan	Kompetensi	Keterampilan Karyawan	4 Soal	$\frac{169+180+177+175}{4}$	7.39%
		Keramahan Karyawan	2 Soal	$\frac{171+163}{2}$	7.04%
	Kesopanan	Perhatian Karyawan	2 Soal	$\frac{166+174}{2}$	7.17%
Emphaty	Akses	Kemudahan Memanfaatkan Jasa	4 Soal	$\frac{172+157+173+176}{4}$	7.15%
		Mengetahui kebutuhan pelanggan	2 Soal	$\frac{172+131}{2}$	6.39%

Bukti Fisik	Fasilitas Fisik	Warna dan bentuk gedung	2 Soal	$= 174$	$\frac{172+175}{2}$	7.32%
		Kebersihan ruangan	2 Soal	$= 175$	$\frac{177+173}{2}$	7.38%
		Kerapihan ruangan	2 Soal	$= 164$	$\frac{168+159}{2}$	6.90%
		Kenyamanan ruangan	2 Soal	$= 164$	$\frac{172+156}{2}$	6.92%
		Kelengkapan peralatan	6 Soal	$= 173$	$\frac{169+177+174+175+171+174}{6}$	7.31%
		Tersedianya tempat parkir	2 Soal	$= 174$	$\frac{171+176}{2}$	7.32%
						100%

Dari hasil perhitungan, ke lima dimensi tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang.

Dimensi bukti fisik berupa warna dan bentuk gedung, kebersihan ruangan, kerapihan ruangan, kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan dan tersedianya tempat parkir memiliki pengaruh yang cukup besar dengan nilai yang sama besarnya dalam membentuk kepuasan pelanggan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telp./Fax. : Rektor : (021) 4893854, PR I : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926
PR IV : 4893982, BAUK : 4750930, BAAK : 4759081, BAPSI : 4752180 Bag. UHTP : Telp. 4893726,
Bag. Keuangan : 4892414, Bag. Kepegawaian : 4890536, HUMAS : 4898486
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 2003/H39.12/PL/2012
Lamp. : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian untuk Skripsi

9 April 2012

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi UNJ
di tempat

Kami mohon kesediaan Saudara, untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : **Novia Nurbaity**
Nomor Registrasi : 8135087933
Program Studi : Pendidikan Tata Niaga
Fakultas : Ekonomi
Untuk mengadakan : Penelitian untuk Skripsi

Di : **Fakultas Ekonomi UNJ**

Guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka Penulisan Skripsi dengan Judul
"Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta."

Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Kaprog / Jurusan Ekonomi dan Administrasi



Kepala Biro Administrasi
Akademik dan Kemahasiswaan

Dr. Syaijullah

NIP 19570216 198403 1 001



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285

www.unj.ac.id/fe

15 Juni 2012

Nomor : 644/UN39.6/FE/VI/2012

Lamp. : -

Hal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Kepala BAAK
Universitas Negeri Jakarta
di
Jakarta

Dengan hormat,

Menjawab surat nomor: 2003/H39.12/PL/2012 tertanggal 09 April 2012 tentang permohonan izin penelitian, maka dengan ini kami memberikan izin penelitian dalam rangka penulisan skripsi dengan judul: *"Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta"*. Kepada:

Nama : Novia Nurbaity
Noreg. : 8135087933
Strata : S1
Prodi : Pendidikan Ekonomi
Konsentrasi : Pendidikan Tata Niaga
Jurusan : Ekonomi dan Administrasi

Atas perhatian yang diberikan, kami sampaikan terima kasih.

Pembantu Dekan I,

Dede Dedi Purwana, BS, M.Bus.
NIP. 19671207 199203 1 001

Tembusan:

1. Dekan FE (sebagai laporan)
2. Kajur Ekonomi dan Administrasi
3. Kaprodi Pendidikan Ekonomi
4. Konsentrasi Pendidikan Tata Niaga
5. Yang Bersangkutan

LEMBAR SURVER AWAL SKRIPSI**Nama :****Jurusan :****Fakultas :****NIM :****No.Telepon :**

Berilah Tanda Cek List \checkmark Untuk Jawaban Ya atau Tidak

1. Apakah anda pernah berkunjung ke Mc Donald's ARION ?

- Ya
- Tidak

2. Jika Ya, apakah anda puas dengan kualitas pelayanan di Mc Donald's ARION?

- Ya
- Tidak

DAFTAR NAMA RESPONDEN UJI COBA

No.	Nama	Program Studi
1	Jayanti Puspitarini	Pendidikan Tata Niaga'09
2	Astuti Tri Bawati	Pendidikan Tata Niaga'09
3	Erna Novitasari	Pendidikan Tata Niaga'09
4	Selvana	Pendidikan Tata Niaga'09
5	Sepyi Pravika Tifany	Pendidikan Tata Niaga'09
6	Zahra Nur Azizah	Pendidikan Tata Niaga'09
7	Niswary Ayu Pratiwi	Pendidikan Tata Niaga'09
8	Adevia Mukhlis	Pendidikan Tata Niaga'09
9	Katherine Margareth	Pendidikan Tata Niaga'09
10	Agung SP	Pendidikan Tata Niaga'09
11	Arrif	Pendidikan Tata Niaga'09
12	Nurika Arindi	Pendidikan Tata Niaga'09
13	Vierthy	Pendidikan Tata Niaga'09
14	Riza Fauziah	Pendidikan Tata Niaga'09
15	Fauzia Rakhma	Pendidikan Tata Niaga'09
16	Fauzia Amalia	Pendidikan Tata Niaga'09
17	Ayu Wulandari	Pendidikan Tata Niaga'09
18	RD Utari Nur Rizkiah	Pendidikan Tata Niaga'09
19	Putrinda Dwi R	Pendidikan Tata Niaga'09
20	Theresia Linda H	Pendidikan Tata Niaga'09
21	Agnes Christiani	Pendidikan Tata Niaga'09
22	Dian	Pendidikan Tata Niaga'09
23	Abdul Aziz A	Pendidikan Tata Niaga'09
24	Titik Rachmah	Pendidikan Tata Niaga'09
25	Octarina Rizky W	Pendidikan Tata Niaga'09
26	Ryan Rene	Pendidikan Tata Niaga'09
27	Yanwar D.A	Pendidikan Tata Niaga'09
28	Sekar Ayu F	Pendidikan Tata Niaga'09
29	Raisya	Pendidikan Tata Niaga'09
30	Redhita Arum M	Pendidikan Tata Niaga'09

DAFTAR NAMA RESPONDEN FINAL

(Berdasarkan Teknik Pengambilan Sampel Acak Sederhana dari
Populasi Terjangkau Program Studi Pendidikan Tata Niaga FE UNJ dan
Sampling Error 5%)

No.	NAMA	Program Studi
1	Afri Al Assad	Pendidikan Tata Niaga'10
2	Aina Bella Desca Monica	Pendidikan Tata Niaga'10
3	Alex	Pendidikan Tata Niaga'10
4	Alvian Rinaldi	Pendidikan Tata Niaga'10
5	Dana Tum Septian	Pendidikan Tata Niaga'10
6	Elisabeth Meilani	Pendidikan Tata Niaga'10
7	Fairuz Airish	Pendidikan Tata Niaga'10
8	Faisal Dharma Wardhana	Pendidikan Tata Niaga'10
9	Fajar Ibrahim	Pendidikan Tata Niaga'10
10	Fatah Nabela	Pendidikan Tata Niaga'10
11	Febryan M	Pendidikan Tata Niaga'10
12	Fisi	Pendidikan Tata Niaga'10
13	Herlin Yusnita	Pendidikan Tata Niaga'10
14	Hilda	Pendidikan Tata Niaga'10
15	Hoerina Agustina R	Pendidikan Tata Niaga'10
16	Iis Ismayanti Ningsih	Pendidikan Tata Niaga'10
17	Inc	Pendidikan Tata Niaga'10
18	M. Emil Silvan	Pendidikan Tata Niaga'10
19	Marini F	Pendidikan Tata Niaga'10
20	Megawati S	Pendidikan Tata Niaga'10
21	Meilasari Nurpratiwi	Pendidikan Tata Niaga'10
22	Miftahul Huda	Pendidikan Tata Niaga'10
23	Nanda Windari	Pendidikan Tata Niaga'10
24	Nashiratun Nisa	Pendidikan Tata Niaga'10
25	Natalia	Pendidikan Tata Niaga'10
26	Nina	Pendidikan Tata Niaga'10
27	Nurlaily	Pendidikan Tata Niaga'10
28	Nurul F	Pendidikan Tata Niaga'10
29	Nyke Mardhotillah	Pendidikan Tata Niaga'10

30	Pandu Dwijayana	Pendidikan Tata Niaga'10
31	Puja Prasetya	Pendidikan Tata Niaga'10
32	Pujawati Widjaya	Pendidikan Tata Niaga'10
33	Putri Agustina	Pendidikan Tata Niaga'10
34	Putri Nanda Nursanah	Pendidikan Tata Niaga'10
35	Reza Muhammad	Pendidikan Tata Niaga'10
36	Sentya Windani	Pendidikan Tata Niaga'10
37	Tri Ambarwati	Pendidikan Tata Niaga'10
38	Winda Mujianti	Pendidikan Tata Niaga'10
39	Windy Permata Sari	Pendidikan Tata Niaga'10
40	Yogie Indrajit	Pendidikan Tata Niaga'10

TABEL
PENENTUAN JUMLAH SAMPEL DARI POPULASI TERTENTU
DENGAN TARAF KESALAHAN, 1, 5, DAN 10%

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	107	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	570	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	563	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	555	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								60	664	349	272

Tabel Nilai-nilai r Product Moment dari Pearson

N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	26	0.388	0.496	55	0.266	0.345
4	0.950	0.990	27	0.381	0.487	60	0.254	0.330
5	0.878	0.959	28	0.374	0.478	65	0.244	0.317
6	0.811	0.917	29	0.367	0.470	70	0.235	0.306
7	0.754	0.874	30	0.361	0.463	75	0.227	0.296
8	0.707	0.834	31	0.355	0.456	80	0.220	0.286
9	0.666	0.798	32	0.349	0.449	85	0.213	0.278
10	0.632	0.765	33	0.344	0.442	90	0.207	0.270
11	0.602	0.735	34	0.339	0.436	95	0.202	0.263
12	0.576	0.708	35	0.334	0.430	100	0.194	0.256
13	0.553	0.684	36	0.329	0.424	125	0.176	0.230
14	0.532	0.661	37	0.325	0.418	150	0.159	0.210
15	0.514	0.641	38	0.320	0.413	175	0.148	0.194
16	0.497	0.623	39	0.316	0.408	200	0.138	0.181
17	0.482	0.606	40	0.312	0.403	300	0.113	0.148
18	0.463	0.590	41	0.308	0.398	400	0.098	0.128
19	0.456	0.575	42	0.304	0.393	500	0.088	0.115
20	0.444	0.561	43	0.301	0.389	600	0.080	0.105
21	0.433	0.549	44	0.297	0.384	700	0.074	0.097
22	0.423	0.537	45	0.294	0.380	800	0.070	0.091
23	0.413	0.526	46	0.291	0.376	900	0.065	0.086
24	0.404	0.515	47	0.288	0.372	1000	0.062	0.081
25	0.396	0.505	48	0.284	0.368			
			49	0.281	0.364			
			50	0.279	0.361			

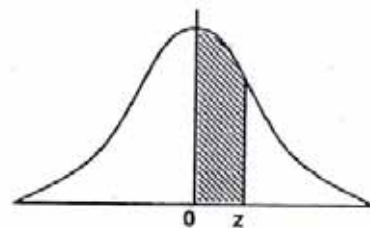
Lampiran 49

Nilai Kritis L untuk Uji Lilliefors

Ukuran Sampel	Taraf Nyata (α)				
	0.01	0.05	0.10	0.15	0.20
n = 4	0.417	0.381	0.352	0.319	0.300
5	0.405	0.337	0.315	0.299	0.285
6	0.364	0.319	0.294	0.277	0.265
7	0.348	0.300	0.276	0.258	0.247
8	0.331	0.285	0.261	0.244	0.233
9	0.311	0.271	0.249	0.233	0.223
10	0.294	0.258	0.239	0.224	0.215
11	0.284	0.249	0.230	0.217	0.206
12	0.275	0.242	0.223	0.212	0.199
13	0.268	0.234	0.214	0.202	0.190
14	0.261	0.227	0.207	0.194	0.183
15	0.257	0.220	0.201	0.187	0.177
16	0.250	0.213	0.195	0.182	0.173
17	0.245	0.206	0.189	0.177	0.169
18	0.239	0.200	0.184	0.173	0.166
19	0.235	0.195	0.179	0.169	0.163
20	0.231	0.190	0.174	0.166	0.160
25	0.200	0.173	0.158	0.147	0.142
30	0.187	0.161	0.144	0.136	0.131
n > 30	1.031	0.886	0.805	0.768	0.736
	\sqrt{n}	\sqrt{n}	\sqrt{n}	\sqrt{n}	\sqrt{n}

Sumber : Conover, W.J., *Practical Nonparametric Statistics*, John Wiley & Sons, Inc., 1973

Tabel Kurva Normal Persentase
Daerah Kurva Normal
dari 0 sampai z



Z	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0.0	0000	0040	0080	0120	0160	0199	0239	0279	0319	0359
0.1	0398	0438	0478	0517	0557	0596	0636	0675	0714	0753
0.2	0793	0832	0871	0910	0948	0987	1026	1064	1103	1141
0.3	1179	1217	1255	1293	1331	1368	1406	1443	1480	1517
0.4	1554	1591	1628	1664	1700	1736	1772	1808	1844	1879
0.5	1915	1950	1985	2019	2054	2088	2123	2157	2190	2224
0.6	2258	2291	2324	2357	2389	2422	2454	2486	2518	2549
0.7	2580	2612	2642	2673	2704	2734	2764	2794	2823	2852
0.8	2881	2910	2939	2967	2996	3023	3051	3078	3106	3133
0.9	3159	3186	3212	3238	3264	3289	3315	3340	3365	3389
1.0	3413	3438	3461	3485	3508	3531	3554	3577	3599	3621
1.1	3643	3665	3686	3708	3729	3749	3770	3790	3810	3830
1.2	3849	3869	3888	3907	3925	3944	3962	3980	3997	4015
1.3	4032	4049	4066	4082	4099	4115	4131	4147	4162	4177
1.4	4192	4207	4222	4236	4251	4265	4279	4292	4306	4319
1.5	4332	4345	4357	4370	4382	4394	4406	4418	4429	4441
1.6	4452	4463	4474	4484	4495	4505	4515	4525	4535	4545
1.7	4554	4564	4573	4582	4591	4599	4608	4616	4625	4633
1.8	4641	4649	4656	4664	4671	4678	4688	4693	4699	4706
1.9	4713	4719	4726	4732	4738	4744	4750	4756	4761	4767
2.0	4772	4778	4783	4788	4793	4798	4803	4808	4812	4817
2.1	4821	4826	4830	4834	4838	4842	4846	4850	4854	4857
2.2	4861	4864	4868	4871	4875	4878	4881	4884	4887	4899
2.3	4893	4896	4898	4901	4904	4906	4909	4911	4913	4936
2.4	4918	4920	4922	4925	4927	4929	4931	4932	4934	4936
2.5	4938	4940	4941	4943	4945	4946	4948	4949	4951	4952
2.6	4953	4955	4956	4957	4959	4960	4961	4962	4963	4964
2.7	4965	4966	4967	4968	4969	4970	4971	4972	4973	4974
2.8	4974	4975	4976	4977	4977	4978	4979	4979	4980	4981
2.9	4981	4982	4982	4983	4984	4984	4985	4985	4986	4986
3.0	4987	4987	4987	4988	4988	4989	4989	4989	4990	4990
3.1	4990	4991	4991	4991	4992	4992	4992	4992	4993	4993
3.2	4993	4993	4994	4994	4994	4994	4994	4995	4995	4995
3.3	4995	4995	4995	4996	4996	4996	4996	4996	4996	4997
3.4	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4998
3.5	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998
3.6	4998	4998	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3.7	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3.8	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3.9	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000

Sumber : Theory and Problems of Statistics, Spiegel, M.R., Ph.D., Schoum Publishing Co., New York, 1961

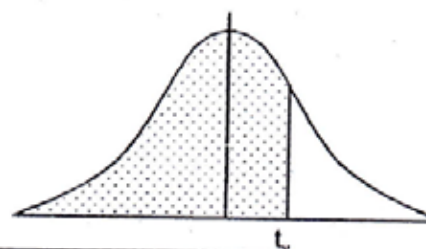
Lampiran 51

12.

Nilai Persentil untuk Distribusi t

$v = dk$

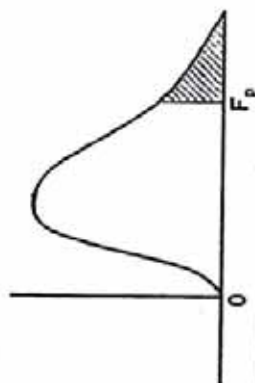
(Bilangan Dalam Badan Daftar Menyatakan t_p)



v	$t_{0,995}$	$t_{0,99}$	$t_{0,975}$	$t_{0,95}$	$t_{0,90}$	$t_{0,80}$	$t_{0,75}$	$t_{0,70}$	$t_{0,60}$	$t_{0,55}$
1	63.66	31.82	12.71	6.31	3.08	1.376	1.000	0.727	0.325	0.518
2	9.92	6.96	4.30	2.92	1.89	1.061	0.816	0.617	0.289	0.142
3	5.84	4.54	3.18	2.35	1.64	0.978	0.765	0.584	0.277	0.137
4	4.60	3.75	2.78	2.13	1.53	0.941	0.744	0.569	0.271	0.134
5	4.03	3.36	2.57	2.02	1.48	0.920	0.727	0.559	0.267	0.132
6	3.71	3.14	2.45	1.94	1.44	0.906	0.718	0.553	0.265	0.131
7	3.50	3.00	2.36	1.90	1.42	0.896	0.711	0.519	0.263	0.130
8	3.36	2.90	2.31	1.86	1.40	0.889	0.706	0.516	0.262	0.130
9	3.25	2.82	2.26	1.83	1.38	0.883	0.703	0.513	0.261	0.129
10	3.17	2.76	2.23	1.81	1.37	0.879	0.700	0.542	0.260	0.129
11	3.11	2.72	2.20	1.80	1.36	0.876	0.697	0.540	0.260	0.129
12	3.06	2.68	2.18	1.78	1.36	0.873	0.695	0.539	0.259	0.128
13	3.01	2.65	2.16	1.77	1.35	0.870	0.694	0.538	0.259	0.128
14	2.98	2.62	2.14	1.76	1.34	0.868	0.692	0.537	0.258	0.128
15	2.95	2.60	2.13	1.75	1.34	0.866	0.691	0.536	0.258	0.128
16	2.92	2.58	2.12	1.75	1.34	0.865	0.690	0.535	0.258	0.128
17	2.90	2.57	2.11	1.74	1.33	0.863	0.690	0.534	0.257	0.128
18	2.88	2.55	2.10	1.73	1.33	0.862	0.688	0.534	0.257	0.127
19	2.86	2.54	2.09	1.73	1.33	0.861	0.688	0.532	0.257	0.127
20	2.84	2.53	2.09	1.72	1.32	0.860	0.687	0.533	0.257	0.127
21	2.83	2.52	2.08	1.72	1.32	0.859	0.686	0.532	0.257	0.127
22	2.82	2.51	2.07	1.72	1.32	0.858	0.686	0.532	0.256	0.127
23	2.81	2.50	2.07	1.71	1.32	0.858	0.685	0.532	0.256	0.127
24	2.80	2.49	2.06	1.71	1.32	0.857	0.685	0.531	0.256	0.127
25	2.79	2.48	2.06	1.71	1.32	0.856	0.684	0.531	0.256	0.127
26	2.78	2.48	2.06	1.71	1.32	0.856	0.684	0.531	0.256	0.127
27	2.77	2.47	2.05	1.70	1.31	0.855	0.684	0.531	0.256	0.127
28	2.76	2.47	2.05	1.70	1.31	0.855	0.683	0.530	0.256	0.127
29	2.76	2.46	2.04	1.70	1.31	0.854	0.683	0.530	0.256	0.127
30	2.75	2.46	2.04	1.70	1.31	0.854	0.683	0.530	0.256	0.127
40	2.70	2.42	2.02	1.68	1.30	0.854	0.681	0.529	0.255	0.126
60	2.66	2.39	2.00	1.67	1.30	0.848	0.679	0.527	0.254	0.126
120	2.62	2.36	1.98	1.66	1.29	0.845	0.677	0.526	0.254	0.126
∞	2.58	2.33	1.96	1.645	1.28	0.842	0.674	0.521	0.253	0.126

Sumber : Statistical Tables for Biological, Agricultural and Medical Research, Fisher, R.Y., dan Yates F

Table III. Oliver & Boyd, Ltd., Edinaburgh



Nilai Persentil untuk Distribusi F
(Bilangan dalam Badan Daftar menyatakan F_p ;
Baris atas untuk $p = 0,05$ dan Baris bawah untuk $p = 0,01$)

$v_2 = dk$ penyebut	$v_1 = dk$ pembilang																								U	F _p
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	∞		
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	246	248	249	250	251	252	253	253	254	254	254	254	
	4052	4999	5403	5625	5764	5859	5928	5981	6022	6056	6082	6108	6142	6169	6208	6234	6258	6286	6302	6323	6334	6352	6361	6396		
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.36	19.37	19.38	19.39	19.40	19.41	19.42	19.43	19.44	19.45	19.46	19.47	19.47	19.48	19.49	19.49	19.50	19.50		
	98.49	99.01	99.17	99.25	99.30	99.33	99.34	99.36	99.38	99.40	99.41	99.42	99.43	99.44	99.45	99.46	99.47	99.48	99.48	99.49	99.49	99.49	99.50	99.50		
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.88	8.84	8.81	8.78	8.76	8.74	8.71	8.69	8.66	8.64	8.62	8.60	8.58	8.57	8.56	8.54	8.54	8.53		
	34.12	30.81	29.46	28.71	28.24	27.91	27.67	27.49	27.34	27.23	27.13	27.05	26.92	26.83	26.69	26.60	26.50	26.41	26.30	26.27	26.23	26.18	26.14	26.12		
4	7.71	8.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.93	5.91	5.87	5.84	5.80	5.77	5.74	5.71	5.70	5.68	5.66	5.65	5.64	5.63		
	21.20	18.00	16.89	15.98	15.52	15.21	14.98	14.80	14.66	14.54	14.45	14.37	14.24	14.15	14.02	13.83	13.83	13.74	13.69	13.61	13.57	13.52	13.48	13.46		
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.78	4.74	4.70	4.68	4.64	4.60	4.56	4.53	4.50	4.46	4.44	4.42	4.40	4.38	4.37	4.36		
	16.26	13.27	12.06	11.39	10.97	10.67	10.45	10.27	10.15	10.05	9.96	9.89	9.77	9.68	9.55	9.47	9.38	9.29	9.24	9.17	9.13	9.07	9.04	9.02		
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.96	3.92	3.87	3.81	3.81	3.77	3.75	3.72	3.71	3.69	3.68	3.67		
	13.74	10.92	9.78	9.15	8.75	8.47	8.26	8.10	7.98	7.87	7.79	7.72	7.60	7.52	7.39	7.31	7.23	7.14	7.09	7.02	6.99	6.94	6.90	6.88		
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.63	3.60	3.57	3.52	3.49	3.44	3.41	3.38	3.34	3.32	3.29	3.28	3.25	3.24	3.23		
	12.25	9.55	8.45	7.85	7.45	7.19	7.00	6.81	6.71	6.62	6.54	6.47	6.35	6.27	6.15	6.07	5.98	5.90	5.85	5.78	5.75	5.70	5.67	5.65		
8	5.32	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.63	3.60	3.57	3.52	3.49	3.44	3.41	3.38	3.34	3.32	3.29	3.28	3.25	3.24	3.23		
	11.26	8.65	7.59	7.01	6.63	6.37	6.19	6.03	5.91	5.82	5.00	5.74	5.67	5.66	5.48	5.36	5.28	5.20	5.11	5.06	4.96	4.91	4.88	4.86		
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.13	3.10	3.07	3.02	2.98	2.93	2.90	2.86	2.82	2.80	2.77	2.76	2.73	2.72	2.71		
	10.56	8.02	6.99	6.42	6.06	5.80	5.62	5.47	5.35	5.25	5.18	5.11	5.00	5.92	4.80	4.53	4.64	4.56	4.51	4.45	4.41	4.36	4.33	4.31		
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.97	2.94	2.91	2.86	2.82	2.77	2.74	2.70	2.67	2.64	2.61	2.59	2.56	2.55	2.54		
	10.04	7.56	6.55	5.99	5.64	5.39	5.21	5.08	4.95	4.85	4.78	4.71	4.60	4.52	4.41	4.33	4.25	4.17	4.12	4.05	4.01	3.96	3.93	3.91		

Lanjutan Distribusi F

$v_2 = dk$ penyebut	$v_1 = dk$ pembilang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	∞
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.86	2.82	2.79	2.74	2.70	2.65	2.61	2.57	2.53	2.50	2.47	2.45	2.42	2.41	2.40
12	9.65	7.20	6.22	5.67	5.32	5.07	4.88	4.74	4.63	4.54	4.46	4.40	4.29	4.21	4.10	4.02	3.94	3.86	3.80	3.74	3.70	3.66	3.62	3.60
13	4.75	3.88	3.49	3.26	3.11	3.00	2.92	2.85	2.80	2.76	2.72	2.69	2.64	2.60	2.54	2.50	2.46	2.42	2.40	2.36	2.35	2.32	2.31	2.30
14	9.33	6.93	5.95	5.41	5.06	4.82	4.65	4.50	4.39	4.30	4.22	4.16	4.05	3.98	3.86	3.78	3.70	3.61	3.56	3.49	3.46	3.41	3.38	3.36
15	4.67	3.80	3.41	3.18	3.02	2.92	2.84	2.77	2.72	2.67	2.63	2.60	2.55	2.51	2.46	2.42	2.38	2.34	2.32	2.28	2.26	2.24	2.21	2.20
16	9.07	6.70	5.74	5.20	4.86	4.62	4.44	4.30	4.19	4.10	4.02	3.96	3.85	3.78	3.67	3.59	3.51	3.42	3.37	3.30	3.27	3.21	3.18	3.16
17	4.67	3.80	3.41	3.18	3.02	2.92	2.84	2.77	2.72	2.67	2.63	2.60	2.55	2.51	2.46	2.42	2.38	2.34	2.32	2.28	2.26	2.24	2.22	2.21
18	8.86	6.51	5.56	5.03	4.69	4.46	4.28	4.14	4.03	3.94	3.86	3.80	3.70	3.62	3.51	3.43	3.34	3.26	3.21	3.14	3.11	3.08	3.02	3.00
19	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.70	2.64	2.59	2.54	2.49	2.45	2.42	2.39	2.33	2.29	2.25	2.21	2.18	2.15	2.12	2.10	2.08	2.07
20	8.68	6.36	5.42	4.89	4.56	4.32	4.14	4.00	3.89	3.80	3.73	3.67	3.56	3.48	3.38	3.29	3.20	3.12	3.07	3.00	2.97	2.92	2.89	2.87
21	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.45	2.42	2.37	2.33	2.28	2.24	2.20	2.16	2.13	2.09	2.07	2.04	2.02	2.01
22	8.53	6.23	5.29	4.77	4.44	4.20	4.03	3.89	3.78	3.69	3.61	3.55	3.45	3.37	3.25	3.18	3.10	3.01	2.96	2.89	2.86	2.80	2.77	2.75
23	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.62	2.55	2.50	2.45	2.41	2.38	2.33	2.29	2.23	2.19	2.15	2.11	2.08	2.04	2.02	1.99	1.97	1.96
24	8.40	6.11	5.18	4.67	4.34	4.10	3.93	3.79	3.68	3.59	3.52	3.45	3.35	3.27	3.16	3.08	3.00	2.92	2.86	2.79	2.76	2.70	2.67	2.65
25	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.65	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.29	2.25	2.19	2.15	2.11	2.07	2.04	2.00	1.98	1.95	1.93	1.92
26	8.26	6.01	5.09	4.58	4.25	4.01	3.85	3.71	3.60	3.51	3.44	3.37	3.27	3.19	3.07	3.00	2.91	2.83	2.78	2.71	2.68	2.62	2.59	2.57
27	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.55	2.48	2.43	2.38	2.34	2.31	2.26	2.21	2.15	2.11	2.07	2.02	2.00	1.96	1.94	1.91	1.90	1.88
28	8.18	5.93	5.01	4.50	4.17	3.94	3.77	3.63	3.52	3.43	3.36	3.30	3.19	3.12	3.00	2.92	2.84	2.76	2.70	2.63	2.60	2.54	2.51	2.49
29	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.52	2.45	2.40	2.35	2.31	2.26	2.23	2.18	2.12	2.08	2.08	2.08	1.99	1.96	1.92	1.90	1.87	1.84
30	8.10	5.85	4.94	4.43	4.10	3.87	3.71	3.56	3.45	3.37	3.30	3.23	3.13	3.05	2.94	2.86	2.77	2.69	2.63	2.56	2.53	2.47	2.44	2.42
31	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.26	2.25	2.20	2.15	2.09	2.05	2.00	1.96	1.93	1.89	1.87	1.84	1.82	1.81
32	8.02	5.78	4.87	4.37	4.04	3.81	3.65	3.51	3.40	3.31	3.24	3.17	3.07	2.99	2.88	2.80	2.72	2.63	2.58	2.51	2.47	2.42	2.38	2.36
33	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.47	2.40	2.35	2.30	2.26	2.23	2.18	2.13	2.07	2.03	1.98	1.93	1.91	1.87	1.84	1.81	1.80	1.79
34	7.94	5.72	4.82	4.31	3.98	3.76	3.59	3.45	3.35	3.26	3.18	3.12	3.02	2.94	2.83	2.75	2.67	2.58	2.53	2.46	2.42	2.37	2.33	2.31
35	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.45	2.38	2.32	2.28	2.24	2.20	2.14	2.10	2.04	2.00	1.96	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79	1.77	1.76
36	7.88	5.66	4.76	4.26	3.94	3.71	3.54	3.41	3.30	3.21	3.14	3.07	2.97	2.89	2.78	2.70	2.62	2.53	2.48	2.41	2.37	2.32	2.28	2.26
37	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.43	2.36	2.30	2.26	2.22	2.18	2.13	2.09	2.02	1.98	1.94	1.89	1.86	1.82	1.80	1.76	1.74	1.73
38	7.82	5.61	4.72	4.22	3.90	3.67	3.50	3.36	3.25	3.17	3.09	3.03	2.93	2.85	2.74	2.66	2.58	2.49	2.44	2.36	2.33	2.27	2.23	2.21
39	4.24	3.38	2.99	2.76	2.60	2.49	2.41	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.11	2.06	2.00	1.96	1.92	1.87	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72	1.71

Lanjutan Distribusi F

$v_2 = dk$ penyebut	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	∞
	$v_1 = dk$ pembilang																							
26	7.77	5.57	4.68	4.18	3.86	3.63	3.46	3.32	3.21	3.13	3.05	2.99	2.89	2.81	2.70	2.62	2.54	2.45	2.40	2.32	2.29	2.23	2.19	2.17
	4.22	3.37	2.89	2.74	2.69	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.10	2.05	1.99	1.95	1.90	1.85	1.82	1.78	1.76	1.72	1.70	1.69
27	7.72	5.53	4.64	4.14	3.82	3.59	3.42	3.29	3.17	3.09	3.02	2.96	2.86	2.77	2.68	2.59	2.50	2.41	2.36	2.28	2.25	2.19	2.15	2.13
	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.30	2.25	2.20	2.16	2.13	2.08	2.03	1.97	1.93	1.88	1.84	1.80	1.76	1.74	1.71	1.68	1.67
28	7.68	5.49	4.60	4.11	3.79	3.56	3.39	3.26	3.14	3.06	2.98	2.93	2.83	2.74	2.63	2.55	2.47	2.38	2.33	2.25	2.21	2.16	2.12	2.10
	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.44	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.06	2.02	1.96	1.91	1.87	1.81	1.78	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65
29	7.64	5.45	4.57	4.07	3.78	3.53	3.36	3.23	3.11	3.03	2.95	2.90	2.80	2.71	2.60	2.52	2.44	2.35	2.30	2.22	2.18	2.13	2.09	2.08
	4.18	3.33	2.93	2.70	2.54	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.05	2.00	1.94	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73	1.71	1.68	1.65	1.64
30	7.60	5.52	4.54	4.04	3.73	3.50	3.33	3.20	3.08	3.00	2.92	2.87	2.77	2.68	2.57	2.49	2.41	2.32	2.27	2.19	2.15	2.10	2.06	2.03
	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.34	2.27	2.21	2.16	2.12	2.09	2.04	1.99	1.93	1.89	1.84	1.79	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62
32	7.56	5.39	4.51	4.02	3.70	3.47	3.30	3.17	3.06	2.98	2.90	2.84	2.74	2.66	2.55	2.47	2.38	2.29	2.24	2.16	2.13	2.07	2.03	2.01
	4.15	3.30	2.90	2.67	2.51	2.40	2.32	2.25	2.19	2.14	2.10	2.07	2.02	1.97	1.91	1.86	1.82	1.76	1.74	1.69	1.67	1.64	1.61	1.59
34	7.50	5.34	4.46	3.97	3.66	3.42	3.25	3.12	3.01	2.94	2.86	2.80	2.70	2.62	2.51	2.42	2.34	2.25	2.20	2.12	2.08	2.02	1.98	1.96
	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.30	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.00	1.95	1.89	1.84	1.80	1.74	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57
36	7.44	5.29	4.42	3.93	3.61	3.38	3.21	3.08	2.97	2.89	2.82	2.76	2.66	2.58	2.47	2.38	2.30	2.21	2.15	2.08	2.04	1.98	1.94	1.91
	4.11	3.26	2.86	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.10	2.06	2.03	1.99	1.93	1.87	1.82	1.78	1.72	1.69	1.65	1.62	1.59	1.56	1.55
38	7.39	5.25	4.38	3.89	3.58	3.35	3.18	3.04	2.94	2.86	2.78	2.72	2.62	2.54	2.43	2.35	2.26	2.17	2.12	2.04	2.00	1.94	1.90	1.87
	4.10	3.25	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.98	1.92	1.85	1.80	1.76	1.71	1.67	1.63	1.60	1.57	1.54	1.53
40	7.35	5.21	4.34	3.86	3.54	3.32	3.15	3.02	2.91	2.82	2.75	2.69	2.59	2.51	2.40	2.32	2.22	2.14	2.08	2.00	1.97	1.90	1.86	1.84
	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.07	2.04	2.00	1.95	1.90	1.84	1.79	1.74	1.69	1.66	1.61	1.59	1.55	1.53	1.51
42	7.31	5.18	4.31	3.83	3.51	3.29	3.12	2.99	2.88	2.80	2.73	2.66	2.56	2.49	2.37	2.29	2.20	2.11	2.05	1.97	1.94	1.88	1.84	1.81
	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.02	1.99	1.94	1.89	1.82	1.78	1.73	1.68	1.64	1.60	1.57	1.54	1.51	1.49
44	7.27	5.15	4.29	3.80	3.48	3.26	3.10	2.96	2.86	2.77	2.70	2.64	2.54	2.45	2.35	2.26	2.17	2.08	2.02	1.94	1.91	1.85	1.80	1.78
	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.92	1.86	1.81	1.76	1.72	1.66	1.63	1.58	1.56	1.52	1.50	1.48
46	7.24	5.12	4.26	3.78	3.46	3.24	3.07	2.94	2.84	2.75	2.68	2.62	2.52	2.44	2.32	2.24	2.15	2.06	2.00	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75
	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.14	2.09	2.04	2.00	1.97	1.91	1.87	1.80	1.75	1.71	1.65	1.62	1.57	1.54	1.51	1.48	1.46
48	7.21	5.10	4.24	3.76	3.44	3.22	3.05	2.92	2.82	2.73	2.66	2.60	2.50	2.42	2.30	2.22	2.13	2.04	1.98	1.90	1.86	1.80	1.76	1.72
	4.04	3.19	2.80	2.56	2.41	2.30	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.90	1.86	1.79	1.74	1.70	1.64	1.61	1.56	1.53	1.50	1.47	1.45
50	7.19	5.08	4.22	3.74	3.42	3.20	3.04	2.90	2.80	2.71	2.64	2.58	2.48	2.40	2.28	2.20	2.11	2.02	1.96	1.88	1.84	1.78	1.73	1.70

Lanjutan Distribusi F

$v_2 = dk$ penyebut	$v_1 = dk$ pembilang																		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.10	2.19	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.90	1.85	1.78	1.74	1.69	1.63	1.60
	7.17	5.08	4.20	3.72	3.44	3.18	3.02	2.88	2.78	2.70	2.62	2.56	2.16	2.39	2.26	2.18	2.10	2.00	1.91
55	4.02	3.17	2.78	2.51	3.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.97	1.93	1.88	1.83	1.76	1.72	1.67	1.61	1.58
	7.12	5.01	4.16	3.68	3.37	3.15	2.98	2.85	2.75	2.66	2.59	2.53	2.43	2.35	2.23	2.15	2.00	1.98	1.90
60	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.17	2.10	2.01	1.99	1.95	1.92	1.86	1.81	1.75	1.70	1.65	1.59	1.56
	7.08	4.98	4.13	3.63	3.31	3.12	2.95	2.82	2.72	2.63	2.56	2.50	2.10	2.32	2.20	2.12	2.03	1.93	1.87
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.21	2.15	2.08	2.02	1.98	1.91	1.85	1.80	1.73	1.68	1.63	1.57	1.51	1.49
	7.01	4.95	4.10	3.62	3.31	3.09	2.93	2.79	2.70	2.61	2.51	2.47	2.37	2.30	2.18	2.09	2.00	1.90	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.22	2.11	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.81	1.79	1.72	1.67	1.62	1.56	1.53
	7.01	4.92	4.06	3.60	3.29	3.07	2.91	2.77	2.67	2.59	2.51	2.45	2.35	2.28	2.15	2.07	1.98	1.88	1.82
80	3.96	3.11	2.72	2.18	2.33	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.88	1.82	1.77	1.70	1.65	1.60	1.51	1.51
	6.96	4.86	4.04	3.58	3.25	3.01	2.87	2.71	2.61	2.55	2.18	2.11	2.32	2.21	2.11	2.03	1.94	1.84	1.78
100	3.91	3.09	2.70	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.79	1.75	1.68	1.63	1.57	1.51	1.48
	6.90	4.82	3.98	3.51	3.20	2.99	2.82	2.69	2.59	2.51	2.13	2.36	2.26	2.19	2.06	1.98	1.89	1.79	1.73
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.77	1.72	1.65	1.60	1.55	1.49	1.45
	6.81	4.78	3.94	3.17	3.17	2.95	2.79	2.65	2.56	2.17	2.40	2.33	2.23	2.15	2.03	1.94	1.85	1.75	1.68
150	3.91	3.06	2.67	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.76	1.71	1.64	1.59	1.51	1.47	1.44
	6.81	4.75	3.91	3.14	3.13	2.92	2.76	2.62	2.53	2.44	2.37	2.30	2.20	2.12	2.00	1.91	1.83	1.72	1.66
200	3.86	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.74	1.69	1.62	1.57	1.52	1.45	1.42
	6.79	4.74	3.88	3.41	3.11	2.90	2.73	2.60	2.50	2.41	2.34	2.28	2.17	2.09	1.97	1.88	1.79	1.68	1.62
400	3.86	3.02	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90	1.85	1.81	1.78	1.72	1.67	1.60	1.54	1.49	1.42	1.38
	6.70	4.66	3.83	3.36	3.06	2.85	2.69	2.55	2.46	2.37	2.29	2.23	2.12	2.04	1.92	1.84	1.74	1.64	1.57
1000	3.85	3.00	2.61	2.38	2.22	2.10	2.02	1.95	1.89	1.84	1.80	1.76	1.70	1.65	1.58	1.53	1.47	1.41	1.36
	6.68	1.82	3.80	3.34	3.04	2.83	2.66	2.53	2.13	2.34	2.26	2.20	2.09	2.01	1.89	1.81	1.71	1.61	1.54
∞	3.84	2.99	2.60	2.37	2.21	2.09	2.01	1.94	1.86	1.83	1.79	1.75	1.69	1.64	1.57	1.52	1.46	1.40	1.35
	6.64	4.60	3.78	3.32	3.02	2.80	2.64	2.51	2.41	2.32	2.24	2.18	2.07	1.99	1.87	1.79	1.69	1.59	1.52

Sumber : Elementary Statistics, Hoel, P.G., John Wiley & Sons, Inc., New York, 1960
Izin Khusus pada penulis

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Novia Nurbaity, lahir di Jakarta pada tanggal 24 November 1990 dari pasangan Bapak Hasan dan Ibu Luthfiyati. Anak kedua dari enam bersaudara ini beralamat di Kp.Sumur Jalan Sandang RT/RW 006/010 No.25 Kel.Klender, Kec.Duren Sawit, Jakarta Timur. Pendidikan formal yang telah dijalani yaitu mulai SDN Klender 04 Duren Sawit lulus pada tahun 2002, pada tahun yang sama melanjutkan ke SMP Negeri 27 Duren Sawit dan lulus pada tahun 2005. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan sekolah di SMA Negeri 44 Klender dan lulus pada tahun 2008.

Pada tahun 2008, penulis mencoba mengikuti Ujian Mandiri (PENMABA) dan diterima menjadi Civitas Akademi Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Program Studi Pendidikan Tata Niaga. Selama masa kuliah mempunyai pengalaman sangat bermilai, antara lain: Program Pengenalan Lapangan (PPL) mengajar selama satu semester di SMK Negeri 44 Jakarta Timur dan membantu siswa dalam rangka mengikuti Lomba Keterampilan Siswa (LKS) . Mengikuti Program Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Kementerian Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. Penulis juga mengikuti kegiatan berorganisasi diantaranya Himpunan Mahasiswa Jurusan Fakultas Ekonomi dan Administrasi (HMJ EA). Penulis mempunyai pengalaman kerja magang sebagai Telemarketing di Telkom dan mengajar privat siswa SDN Klender 04.